

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

FRANCIS AUGUSTO GÓES RICKEN

**REPRESENTANTES PÓS-WEB? UM ESTUDO COMPARADO SOBRE OS
PADRÕES DE USO DA INTERNET PELOS DEPUTADOS E SENADORES DOS
EUA E DO BRASIL (2007-2011)**

**CURITIBA
2011**

FRANCIS AUGUSTO GÓES RICKEN

**REPRESENTANTES PÓS-WEB? UM ESTUDO COMPARADO SOBRE OS
PADRÕES DE USO DA INTERNET PELOS DEPUTADOS E SENADORES DOS
EUA E DO BRASIL (2007-2011)**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Ciência Política, Área de Internet e Política, Departamento de Ciências Sociais, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, como parte das exigências para a obtenção do título de mestre em Ciência Política.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Soares Braga

**CURITIBA
2011**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SISTEMA DE BIBLIOTECAS
COORDENAÇÃO DE PROCESSOS TÉCNICOS

Góes Ricken, Francis Augusto

Representantes pós-web? : um estudo comparado sobre os padrões de uso da internet pelos deputados e senadores dos EUA e do Brasil (2007-2011) / Francis Augusto Góes Ricken. – Curitiba, 2011.

122f. : il. algumas color., grafs., tabs.

Inclui referências e anexos

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Soares Braga

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Curso de Pós-Graduação em Ciência Política.

1. Internet na administração pública – Brasil – 2007-2011. 2. Internet na administração pública – Estados Unidos – 2007-2011. 3. Internet – Aspectos sociais. I. Braga, Sérgio Soares. II. Universidade Federal do Paraná. Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política. III. Título.

CDD 352.38

FOLHA DE APROVAÇÃO

FRANCIS AUGUSTO GÓES RICKEN

REPRESENTANTES PÓS-WEB? UM ESTUDO COMPARADO SOBRE OS PADRÕES DE USO DA INTERNET PELOS DEPUTADOS E SENADORES DOS EUA E DO BRASIL (2007-2011)

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Curso de Pós-Graduação em Ciência Política, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:

Orientador:

Prof. Dr. Sérgio Soares Braga
Departamento de Ciências Sociais, UFPR

Prof. Dr. Francisco Paulo Jamil Almeida Marques
Departamento de Ciências Sociais, UFC

Prof. Renato Monseff Perissinotto
Departamento de Ciências Sociais, UFPR

Curitiba, 20 de junho de 2011

A Internet foi a mudança mais fundamental durante minha vida e para centenas de anos. Alguém outro dia disse, 'É a maior coisa desde Gutenberg', e então outra pessoa disse 'Não, é a maior coisa desde a invenção da escrita'¹.

Rupert Murdoch

¹ Tradução do autor para: "The internet has been the most fundamental change during my lifetime and for hundreds of years. Someone the others day said: 'It's the biggest thing since Gutenberg', and then someone else said: 'No, it's the biggest thing since the invention of writing' "

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a meu pai, minha mãe e minha irmã, que são a verdadeira base da minha vida.

Agradeço aos pesquisadores do Grupo de Pesquisa Democracia, Instituições Políticas e Novas Tecnologias da UFPR, em especial a Maria Alejandra Nicólas, André Becher, Roberta Picussa, Júlia Tadra, Daniela Drummond, Letícia Cruz, Juliano Braga Griebeler e Cássio Stanczyk, que foram verdadeiros “guerreiros” no processo de coleta de informações para a montagem da base de dados do grupo de pesquisa que foi utilizada nesta dissertação, sem o auxílio dos quais a organização dos dados para a confecção da presente dissertação não teria sido concluída.

Os membros da banca de qualificação, Prof. Emerson Urizzi Cervi e Renato Monseff Perissinotto, fizeram sugestões que muito contribuíram para o aperfeiçoamento do resultado final do trabalho. Agradeço também ao professor Sérgio Soares Braga, um grande incentivador das minhas pesquisas acadêmicas.

Por fim, meu agradecimento ao programa CAPES/REUNI pela bolsa concedida que permitiu minha dedicação integral à pesquisa durante o período de vigência de um ano da bolsa, e ao apoio dado durante a redação desta pesquisa a todos colegas, professores e funcionários do PPGCP/UFPR.

LISTA DE TABELAS, GRÁFICOS E FIGURAS

| | |
|--|----|
| TABELA 1: DISTRIBUIÇÃO PARTIDÁRIA DOS DEPUTADOS E SENADORES (BRASIL E EUA, AGREGADO – 2º SEMESTRE DE 2010)..... | 47 |
| TABELA 2: USO DAS FERRAMENTAS VIRTUAIS PELAS ELITES PARLAMENTARES DE BRASIL X EUA (2º SEM. 2010)..... | 48 |
| TABELA 3: INFORMAÇÕES DISPONÍVEIS (EM %) DA WEB SOBRE PERFIL DAS ELITES PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA..... | 51 |
| GRÁFICO 1 - INFORMAÇÕES SOBRE O PERFIL SOCIAL NOS WEBSITES DAS CASAS LEGISLATIVAS (ATRIBUTOS INATOS E ADQUIRIDOS)..... | 52 |
| TABELA 4: INFORMAÇÕES DISPONÍVEIS (EM %) DA WEB SOBRE A TRAJETÓRIA POLÍTICA DAS ELITES PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA..... | 54 |
| GRÁFICO 2 - INFORMAÇÕES SOBRE A TRAJETÓRIA POLÍTICA NOS WEBSITES DAS ELITES PARLAMENTARES DO BRASIL E EUA (2º SEM. 2010)..... | 55 |
| TABELA 5: INFORMAÇÕES SOBRE COMPORTAMENTO POLÍTICO NOS WEBSITES DAS ELITES PARLAMENTARES DO BRASIL E EUA (2º SEM. 2010)..... | 57 |
| GRÁFICO 3 - INFORMAÇÕES SOBRE COMPORTAMENTO POLÍTICO NOS WEBSITES INSTITUCIONAIS DO BRASIL E EUA (2º SEM. 2010)..... | 59 |
| GRÁFICO 4 - ÍNDICE DE TRANSPARÊNCIA E ACCOUNTABILITY NOS WEBSITES DAS ELITES PARLAMENTARES DO BRASIL E EUA (2º SEM. 2010)..... | 60 |
| QUADRO 1: MODELO DAS MODALIDADES DE INTERAÇÃO DE FERBER ET. AL. (2007)..... | 65 |
| TABELA 6: ITENS DE NAVEGABILIDADE NOS WEBSITES DOS PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA (2º SEM. 2010)..... | 67 |
| FIGURA 1: USO DE FERRAMENTAS DE NAVEGABILIDADE E ACESSIBILIDADE – CONGRESSISTA JARED POLIS (DEMOCRATA – COLORADO)..... | 69 |
| TABELA 7: INFORMAÇÃO E ACCOUNTABILITY NOS WEBSITES DOS PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA (2º SEM. 2010)..... | 70 |
| FIGURA 2: FERRAMENTAS DE ACCOUNTABILITY – WEBSITE DO CONGRESSISTA BILL POSEY (REPUBLICANO–FLORIDA)..... | 71 |

| | |
|---|----|
| FIGURA 3: ISSUES – WEBSITE DA CONGRESSISTA CAROLYN MALONEY (DEMOCRATA–NEW YORK)..... | 72 |
| TABELA 8: COMUNICAÇÃO E MÍDIA NOS WEBSITES DOS PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA (2º SEM. 2010)..... | 74 |
| FIGURA 4: COMUNICAÇÃO E MÍDIA - WEBSITE DO CONGRESSISTA WALLY HERGER (REPUBLICANO–CALIFORNIA)..... | 75 |
| FIGURA 5: COMUNICAÇÃO E MÍDIA - WEBSITE PESSOAL DO DEPUTADO FEDERAL FERNANDO GABEIRA (PV-RJ)..... | 76 |
| TABELA 9: MOBILIZAÇÃO/INTEGRAÇÃO EM REDE NOS WEBSITES DOS PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA (2º SEM. 2010)..... | 77 |
| FIGURA 6: USO DE FERRAMENTAS DE MOBILIZAÇÃO - WEBSITE PESSOAL DO DEPUTADO FEDERAL ACM NETO (DEM-BA)..... | 79 |
| TABELA 10: PARTICIPAÇÃO E DELIBERAÇÃO NOS WEBSITES DOS PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA (2º SEM. 2010)..... | 80 |
| FIGURA 7: ACERVO DE RESPOSTAS A PERGUNTAS DOS INTERNAUTAS – WEBSITE PESSOAL DO DEPUTADO FEDERAL GERALDO PUDIM (PMDB-RJ)..... | 81 |
| TABELA 11: GRAUS DE PARTICIPAÇÃO NOS WEBSITES DAS ELITES PARLAMENTARES DO BRASIL E EUA (2º SEM. 2010)..... | 82 |
| FIGURA 8: MANDATO PARTICIPATIVO – WEBSITE PESSOAL DO DEPUTADO FEDERAL ROBERTO SANTIAGO (PV-SP)..... | 84 |
| TABELA 12: USO DE MÍDIAS SOCIAIS PELOS PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA (2º SEM. 2010)..... | 85 |
| FIGURA 9: USO DO FACEBOOK PELOS CONGRESSISTAS AMERICANOS – FACEBOOK DA CONGRESSISTA NANCY PELOSI (DEMOCRATA-CALIFORNIA)..... | 87 |
| FIGURA 10: USO DO YOUTUBE PELOS CONGRESSISTAS AMERICANOS – CANAL ESPECÍFICO NO YOUTUBE DO CONGRESSISTA TOM PRICE (REPUBLICANO–GEÓRGIA)..... | 88 |
| FIGURA 11: USO DO TWITTER – SENADOR ROBERTO REQUIÃO (PMDB-PR)..... | 89 |
| FIGURA 12: USO DO ORKUT PELOS PARLAMENTARES BRASILEIROS – SENADOR DEMÓSTENES TORRES (DEM-GO)..... | 90 |
| TABELA 13: USO DA INTERNET PELOS PARTIDOS: UM MAPEAMENTO PRELIMINAR (BRASIL X EUA, 2º SEM 2010)..... | 95 |

| | |
|---|-----|
| QUADRO 2: GRAUS DE USO DOS WEBSITES A PARTIR DA METODOLOGIA DE WILLIAMSON (2009)..... | 97 |
| TABELA 14: TIPO PREDOMINANTE DE WEBSITE DOS PARLAMENTARES DE BRASIL E EUA (TIPO DE WEBSITE X PARTIDO POLÍTICO)..... | 99 |
| TABELA 15: USO DE MÍDIAS SOCIAIS PELOS PARLAMENTARES DE BRASIL E EUA (POR PARTIDO, 2º SEM. 2010)..... | 101 |
| TABELA 16: INTENSIDADE DO USO DE TWITTER PELOS PARLAMENTARES DO BRASIL E EUA (POR PARTIDO, 2º SEM. 2010)..... | 103 |
| TABELA 17: INTENSIDADE DO USO DE YOUTUBE PELOS PARLAMENTARES DO BRASIL E EUA (POR PARTIDO, 2º SEM. 2010)..... | 104 |
| TABELA 18: USO DA INTERNET PELOS PARLAMENTARES BRASILEIROS (POR REGIÃO, 2 SEM. 2010)..... | 105 |
| TABELA 19: TIPO PREDOMINANTE DE WEBSITE DOS PARLAMENTARES BRASILEIROS (POR REGIÃO, 2. SEM 2010)..... | 106 |
| TABELA 20: USO DE MÍDIAS SOCIAIS PELOS PARLAMENTARES BRASILEIROS (POR REGIÃO, 2. SEM 2010)..... | 107 |
| TABELA 21: INTENSIDADE DO USO DAS MÍDIAS SOCIAIS PELOS PARLAMENTARES (TWITTER X REGIÃO)..... | 108 |
| TABELA 22: PERFIL SOCIOPOLITICO DOS PARLAMENTARES BRASILEIROS E USO DA INTERNET..... | 109 |
| TABELA 23: PERFIL SOCIOPOLITICO DOS PARLAMENTARES BRASILEIROS E USO DA INTERNET..... | 110 |
| TABELA 24: PERFIL SOCIOPOLÍTICO DOS PARLAMENTARES BRASILEIROS E USO DA INTERNET..... | 111 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| INTRODUÇÃO..... | 13 |
| | |
| 1. ELITES PARLAMENTARES, COMPORTAMENTO POLÍTICO E INTERNET..... | 19 |
| 1.1. ELITES PARLAMENTARES E COMPORTAMENTO POLÍTICO NA LITERATURA SOBRE O LEGISLATIVO BRASILEIRO..... | 20 |
| 1.2 ELITES PARLAMENTARES, REPRESENTAÇÃO POLÍTICA E AS NOVAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO..... | 25 |
| 1.3 REVISÃO DA LITERATURA SOBRE O USO DA INTERNET PELAS ELITES POLÍTICAS..... | 29 |
| 1.4 METODOLOGIA E PLANO DE TRABALHO..... | 39 |
| | |
| 2. PROSOPOGRAFIA A PARTIR DA INTERNET: PERFIL SOCIOPOLÍTICO E ‘ACCOUNTABILITY VIRTUAL’ DAS ELITES PARLAMENTARES BRASILEIRAS E NORTE-AMERICANAS (2007-2011)..... | 41 |
| 2.1. METODOLOGIA E UNIVERSO EMPÍRICO DE PESQUISA..... | 42 |
| 2.2 ANÁLISES DE DADOS: ELITE PARLAMENTAR BRASILEIRA E AMERICANA..... | 50 |
| 2.2.1. Perfil social e biográfico dos parlamentares dos EUA e Brasil..... | 50 |
| 2.2.2. Trajetória política dos deputados e senadores dos EUA e Brasil..... | 53 |
| 2.2.3 Comportamento político e uso da Web pelos parlamentares dos EUA e Brasil..... | 56 |
| 2.2.4. Um índice de transparência dos websites legislativos..... | 60 |
| 2.3 CONCLUSÕES..... | 61 |
| | |
| 3. ENTRE A INFORMAÇÃO E A MOBILIZAÇÃO: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO ON-LINE PELAS ELITES PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA..... | 63 |
| 3.1 METODOLOGIA DE ANÁLISE..... | 63 |
| 3.2. ANÁLISE DOS RESULTADOS..... | 66 |
| 3.2.1 Navegabilidade/acessibilidade..... | 66 |
| 3.2.2. Accountability, informação e comunicação..... | 69 |
| 3.2.3. Comunicação e mídia..... | 73 |

| | |
|---|----|
| 3.2.4. Mobilização e integração as redes..... | 76 |
| 3.2.5 Participação e deliberação..... | 79 |
| 3.2.6 Participação e interação..... | 82 |
| 3.2.7 Uso de Redes Sociais pelos parlamentares..... | 84 |
| 3.3 CONCLUSÕES..... | 90 |

4. PADRÕES DE RECRUTAMENTO E DE USO DA WEB PELAS ELITES PARLAMENTARES BRASILEIRAS E NORTE-AMERICANA.....93

| | |
|---|-----|
| 4.1. O PERFIL PARTIDÁRIO DO USO DA INTERNET PELOS PARLAMENTARES BRASILEIROS E NORTE-AMERICANOS..... | 94 |
| 4.2. PERFIL REGIONAL DE USO DA INTERNET PELOS DEPUTADOS E SENADORES BRASILEIROS..... | 104 |
| 4.3. PERFIL SOCIOPOLÍTICO DE USO DA WEB PELOS DEPUTADOS E SENADORES BRASILEIROS..... | 108 |
| 4.4 CONCLUSÕES..... | 111 |

5. CONCLUSÕES GERAIS.....113

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....115

ANEXOS.....122

RESUMO

O objetivo mais geral dessa dissertação é efetuar um estudo comparado sobre algumas dimensões do uso da internet (basicamente websites e mídias sociais), pelas elites parlamentares do Brasil e dos Estados Unidos. Nossa proposta básica é articular os estudos que trabalham dentro da perspectiva do “recrutamento das elites” com as pesquisas que analisam o uso das tecnologias digitais pelos atores políticos. Para cumprir tal objetivo geral, utilizamos uma metodologia que se desdobra nas seguintes dimensões: (i) em primeiro lugar, uma avaliação das informações disponíveis na Web sobre alguns aspectos essenciais do exercício do mandato pelas elites parlamentares; (ii) em segundo lugar, procuraremos caracterizar algumas estratégias de uso da internet pelas elites parlamentares examinadas com vistas a precisar algumas experiências mais avançadas de participação e de representação política que se dão no âmbito da rede; (iii) por fim, buscaremos articular variáveis de “recrutamento” das elites parlamentares com variáveis sobre as formas de emprego das tecnologias digitais pelos mesmos a fim de verificar sua influência como fator explicativo de uso diferencial da internet por diferentes subgrupos de deputados e senadores. Procuraremos coletar evidências que demonstrem a proposição segundo a qual há diferentes padrões de uso da web pelas elites parlamentares do Brasil e dos EUA, com os parlamentares brasileiros investindo mais na dimensão “informação” do uso da internet, enquanto que os parlamentares dos EUA investem mais no uso da internet como ferramenta de mobilização e contato com os eleitores em suas respectivas bases eleitorais, através do uso massivo de mídias sociais tais como facebook e youtube.

Palavras-chave: Internet e política; Elites parlamentares brasileiras e norte-americanas; representação política virtual.

ABSTRACT

The primary goal of this dissertation is to make a comparative study on some aspects of Internet use (basically websites and social media) of the parliamentary elites in Brazil and the United States. Our basic proposal is to connect the studies that work within the perspective of " elites' recruitment " with studies that examine the use of digital technologies by political actors. To achieve this overall objective, we use a methodology that unfolds in the following dimensions: (i) first, an assessment of available information on the web about some key aspects of the exercise of the mandate by the parliamentary elites, (ii) secondly, we will seek characterize some strategies for use of Internet by parliamentary elites examined in order to define some more advanced experiences of participation and political representation that take place within the network, (iii) finally, we will seek joint variables of "recruitment" of parliamentary elites with variables on ways of using digital technologies for them to verify their influence as an explanation of differential use of the internet for different subgroups of deputies and senators. We will seek to collect evidence that demonstrates the proposition that there are different patterns of web usage by parliamentary elites in Brazil and the U.S., with lawmakers and Brazilian parliaments investing more on the "information" of Internet use, while U.S. lawmakers invest more in using the Internet as a tool to mobilize and connect with voters in their constituencies, through the massive use of social media such as facebook and youtube.

Keywords: Internet and politics; Brazilian parliamentary elites and U.S.; virtual political representation.

INTRODUÇÃO²

O objetivo desta dissertação é fazer um estudo comparado do uso das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTIC's³), especialmente da internet, pelos deputados e senadores brasileiros e norte-americanos nas legislaturas compreendidas entre a 53ª legislatura do Congresso Nacional brasileiro (2007-2010) e 111ª sessão legislativa (2009-2011) da United States House of Representatives. Nosso interesse pela temática adveio da elaboração de trabalhos anteriores realizados no âmbito de nosso grupo de pesquisa, onde procuramos efetuar um estudo comparado dos padrões de recrutamento e do uso da internet pelos deputados federais da região Sul do país (Góes Ricken, 2009). A partir da elaboração destes trabalhos, procuraremos desenvolver uma metodologia que buscasse articular os resultados das pesquisas sobre perfil social e recrutamento das elites, com os trabalhos sobre o uso da internet pelos representantes políticos e seus impactos nos processos de representação.

Com efeito, diversos **autores** têm chamado a atenção para o fato de que, com os avanços tecnológicos dos últimos anos, a internet tem se tornado uma importante fonte de informação para o estudo das elites políticas e também uma ferramenta de comunicação e interação entre representantes e representados (Dader, 2003, Ward, 2005; Marques, 2007, Braga & Nicolás, 2008, Chadwick, 2009, Nicolás, 2009). Entretanto, apesar da existência de um número significativo de estudos sobre o impacto e os usos da internet no meio político, poucos buscam incorporar as variáveis de recrutamento e o perfil sociopolítico das elites na análise das formas de uso da internet pelas mesmas. Nesse sentido, podemos inicialmente observar que os estudos que avaliam de maneira mais sistemática a relação entre internet e elites políticas (Cardoso e Morgado, 2003; Iasulaitis, 2007, Marques, 2007), tendem a colocar as questões de características de recrutamento e perfis

² Esse estudo foi desenvolvido no Núcleo de Pesquisa: "Democracia, Instituições Políticas e Novas Tecnologias", do departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal do Paraná, e no contexto da pesquisa intitulada *Representação política, elites parlamentares brasileiras e as TICs: perfil sociopolítico, uso da internet e percepções do processo de modernização dos órgãos parlamentares pelos senadores, deputados federais e deputados estaduais brasileiros (2007-2010)* coordenada pelo nosso orientador no programa de mestrado em Ciência Política da UFPR, Prof. Sérgio Braga, e financiada pelo CNPq (Edital Humanas/Sociais Aplicadas).

³ Termo utilizado para referenciar as novas tecnologias de informação e comunicação (Silva, 2005).

sociais das elites de forma subsidiária, concentrando-se no impacto da internet como ferramenta de comunicação política. Por outro lado, embora exista um número significativo de estudos sobre o recrutamento e o perfil sociopolítico dos parlamentares (Rodrigues, 2002, 2006; Marengo, 2000, 2007; Anastásia et. al., 2005; Perissinotto et. al., 2008, 2009), estes trabalhos não procuram se aprofundar de maneira sistemática nos eventuais efeitos desses diferentes padrões de recrutamento no comportamento político das elites, mais especificamente, sobre o uso que tais elites fazem da internet⁴.

Sendo assim, a pesquisa que pretendemos empreender tem como foco principal integrar os trabalhos de recrutamento parlamentar das elites políticas, aos estudos dos usos da internet pelos parlamentares dos Estados Unidos da América e do Brasil. Para isso efetuaremos um mapeamento do perfil sociopolítico das elites parlamentares brasileiras e norte-americanas cotejando esse estudo com as várias dimensões do uso da web pelos mesmos. Além disso, esse estudo busca dar início a uma reflexão de cunho comparativo com outros trabalhos do gênero, produzidos em sistemas políticos democráticos, principalmente nos Estados Unidos da América e no Reino Unido. Frise-se também que não pretendemos abordar todos os problemas teóricos colocados por estes estudos, mas apenas dar início à uma reflexão mais sistemática sobre o tema, com base especificamente no trabalho empírico realizado durante nossa pesquisa no mestrado.

Para abordar estes problemas mais gerais de pesquisa, empreendemos uma análise comparada dos parlamentares brasileiros da 53ª Legislatura do Congresso Nacional brasileiro (2007-2010) e dos congressistas americanos da 111ª sessão legislativa (2009-2011) da United States House of Representatives. Pretendemos com este trabalho abordar os seguintes problemas fundamentais: (i) se as informações apresentadas pelos sites institucionais e pelas páginas pessoais das elites políticas analisadas são fontes significativas para os estudos de perfil sociopolítico e *accountability*, (ii) avaliar em termos comparados os padrões de uso das NTIC's pelas elites parlamentares de ambos os países a fim de detectar, num elevado grau de agregação, semelhanças e eventuais diferenças entre ambos os

⁴ Para simplificar a exposição utilizaremos de forma intercambiável os termos “recrutamento” e “estudos sobre perfil” neste trabalho, embora estejamos cientes de que, no sentido rigoroso do termo, há uma diferença substantiva entre ambos, na medida em que aquela expressão se refere também às vias de filtragem pelas quais os postulantes a cargos são selecionados para serem “elites” propriamente ditas (Cf. Perissinotto & Miríade, 2008).

padrões? ⁵; (iii) por fim, averiguar se o uso das tecnologias digitais tem alguma relação com as características do perfil das elites políticas analisadas.

Esta dissertação tem origem em todos estes fatores e tem como ambição mais imediata se aprofundar nas questões já colocadas por Nicolás (2009) em sua dissertação de mestrado intitulada “Internet e Política: Graus de Representação Política e Uso da Internet pelas Elites Parlamentares da América do Sul”, além de aprofundar questões já levantadas em outros trabalhos do qual participamos (Góes Ricken, 2009, 2010). Ao longo destas investigações, nosso foco de interesse foi progressivamente se concentrando na reflexão sobre as relações entre as NTIC’s e os processos de representação política *lato sensu*, especialmente sobre o uso feito pelas elites parlamentares dos recursos propiciados pela internet. Procuraremos concretizar essas preocupações em um universo de análise específico que são os deputados federais e senadores que tomaram posse no Congresso Nacional brasileiro no período da 53ª Legislatura (2007 – 2010), assim como, dos congressistas americanos (senador, representatives) que tomaram posse no 111º período legislativo (2009-2011) na United States House of Representatives. Para delimitar o universo de análise levamos em conta os parlamentares em exercício até dezembro de 2010, data de fechamento da coleta de dados. Entretanto devemos esclarecer que, embora nos inspirando diretamente em estudos anteriores que procuraram trabalhar nessa direção (Braga & Nicolás, 2008; 2009), fizemos um esforço para não apenas produzir uma versão “atualizada” destes trabalhos, mas agregar novas dimensões ao tipo de análise e à metodologia desenvolvidos no âmbito de nosso grupo, mesmo porque a natureza dinâmica e volátil de nosso próprio objeto de estudo impõe este tipo de procedimento metodológico.⁶

Nosso trabalho se insere, portanto, no contexto do aumento constante em escala internacional dos estudos que analisam a relação entre as NTIC’s e os processos de representação política (em geral) e as repercussões da internet com relação às atividades dos órgãos legislativos e o comportamento das elites parlamentares (em particular) sob a ótica mais estrita da sociologia e da ciência

⁵ Como nos informa Marta Frick, as novas tecnologias de comunicação e informação abrangem as telecomunicações, as emissões de rádio e TV mediante tecnologias digitais, e a internet (FRICK: 2006: p. 175), sendo que nesse trabalho utilizaremos a expressão como sinônimo de internet e os recursos de mídia a ela associados, tais como websites, mídias sociais etc.

⁶ Apenas a título de exemplo, nos trabalhos que elaboramos anteriormente, ainda eram amplamente minoritários os parlamentares que possuíam websites, e praticamente inexistiam mídias sociais tais como twitter, facebook, youtube dentre outras.

política. Entretanto, julgamos conveniente esclarecer desde logo que nosso trabalho não tem como objetivo abordar todas as questões teóricas levantadas por estes estudos. Embora essas questões sejam importantes, procuraremos efetuar uma investigação de cunho mais empírico cujo objetivo principal é produzir uma avaliação abrangente e comparada do uso da internet pelos segmentos das elites políticas mencionados, e fazer um estudo de cunho exploratório a fim de levantar alguns problemas a serem posteriormente retomados de maneira mais sistemática. Nesse sentido, norteiam nossa pesquisa as seguintes questões: Que tipo de informação é disponibilizado sobre os parlamentares nos portais dos órgãos legislativos brasileiros e norte-americanos? Existem diferenças nos níveis de informação disponíveis nos portais das casas legislativas e nos websites pessoais dos parlamentares sobre os deputados e senadores eleitos para estes órgãos? Qual o percentual de parlamentares que utilizam websites e que tipo de recursos os parlamentares empregam em seus websites pessoais? Quais as características predominantes destes websites? Como os parlamentares utilizam os mecanismos de participação e interação propiciados pela Internet? Podemos afirmar, a partir das evidências coletadas durante a pesquisa, que há indícios de que o emprego das ferramentas virtuais pelas elites parlamentares estudadas tenha atingido um estágio “pós-Web” que, segundo alguns autores, teria sido inaugurado por Barack Obama em sua campanha eleitoral de 2008 (Gomes et. al., 2009, Aggio, 2010)?⁷

Para abordar todos estes problemas que derivam tanto do diálogo com a literatura especializada nas relações entre elites parlamentares e comportamento político, quanto do trabalho de pesquisa que efetuamos anteriormente no âmbito de nosso grupo de pesquisa, procuraremos utilizar uma abordagem que possibilite a resposta a algumas destas indagações e apreenda os vários níveis em que se dá o emprego da internet pelas elites parlamentares em questão. Para cumprir tais objetivos, organizamos nossa exposição da seguinte forma:

⁷ Para Gomes (2009) existem três estágios no uso da internet pelos políticos: (i) “pré-web”, que concentra o uso da internet no envio de mensagens eletrônicas e emails, sem um uso interativo dos websites por parte dos políticos; (ii) um estágio “Web”, que tem como plataforma básica de contato dos políticos com o público em geral os websites pessoais, basicamente reproduzindo os conteúdos das mídias tradicionais; (iii) e uma terceira etapa iniciada com a campanha presidencial de Barack Obama, qualificada de “pós-web”, onde os websites passam a ser apenas uma ferramenta virtual entre outras empregadas pelos políticos, cumprindo a função de ser um distribuidor de conteúdo a ser reproduzido nas mídias sociais.

No primeiro capítulo: **“Elites Parlamentares, Comportamento Político e Internet”** pretendemos fazer um inventário de alguns aspectos relevantes para um estudo mais abrangente sobre o comportamento político das elites parlamentares, a partir da literatura que trata do recrutamento das elites políticas. O objetivo desse exame é o de definir algumas variáveis e explicitar os principais problemas a serem examinados, além de demonstrar o referencial teórico-metodológico que utilizaremos para analisar os padrões de uso da Internet pelos congressistas norte-americanos e brasileiros.

No segundo capítulo: **“Prosopografia a partir da internet: Perfil sociopolítico e ‘accountability virtual’ das elites parlamentares brasileiras e norte-americanas (2007-2011)”**, nos basearemos em autores que efetuaram estudos de natureza análoga (Braga & Nicolás, 2008; Filisbino, 2009) para empreender uma avaliação das informações disponibilizadas pelas elites parlamentares na internet, bem como efetuar um mapeamento preliminar do uso das ferramentas da internet pelos deputados e senadores brasileiros e norte-americanos. Esse capítulo servirá ainda para delimitarmos melhor nosso objeto de estudo e avançarmos na formulação de alguns problemas que serão abordados de maneira mais aprofundada nos capítulos seguintes.

No terceiro capítulo: **“Entre a informação e a mobilização: estratégias de comunicação on-line pelas elites parlamentares do Brasil e dos EUA”** procuraremos efetuar uma análise de conteúdo dos websites dos parlamentares “digitalmente incluídos” nos parlamentos do Brasil e dos EUA. A partir da ideia de “graus” ou níveis de representação e participação política, desenvolvidas por outros autores, demonstraremos a proposição segundo a qual há dois modelos distintos de uso da Web pelas elites parlamentares brasileiras e norte-americanas.

Por fim, no quarto capítulo, **“Padrões de recrutamento e uso da web pelas elites parlamentares brasileira e norte-americana”**, procuraremos examinar as relações existentes entre recrutamento e comportamento político, através do emprego da internet pelas elites parlamentares brasileiras e norte-americanas, relacionando três dimensões do “recrutamento” político dos deputados e senadores (filiação partidária, origem regional e perfil sociopolítico), com alguns padrões de uso das ferramentas da internet por estes atores.

Evidenciados alguns elementos essenciais de nosso trabalho, podemos iniciar nossa exposição propriamente dita fazendo as primeiras considerações teóricas

sobre nossos objetos de estudo a partir do diálogo com a bibliografia. Apresentaremos as diretrizes gerais de nossa metodologia de análise, assim como algumas proposições básicas que queremos demonstrar com a realização deste estudo. Por fim, sublinhe-se que esse trabalho se insere numa linha mais atualizada dos estudos de recrutamento, que tentam correlacionar questões referentes ao perfil das elites com outras áreas do conhecimento da ciência política, buscando responder de forma mais sistemática e menos descritiva, quais os aspectos relevantes sobre os perfis e quais as implicações destes para o comportamento das elites. Além disso, essa pesquisa se insere num trabalho mais amplo e em andamento no Grupo de estudos Democracia, Instituições Políticas e Novas Tecnologias da UFPR, sobre o uso da web pelos parlamentares da América da Sul e dos Estados Unidos da América.

1 ELITES PARLAMENTARES, COMPORTAMENTO POLÍTICO E INTERNET

Como dissemos, a origem remota desta dissertação é o trabalho de pesquisa realizado em nossa monografia de graduação, onde procuramos comparar as características do recrutamento dos deputados federais e estaduais paranaenses da 15ª legislatura (Góes Ricken, 2008). A partir desse trabalho, fomos conduzidos a uma reflexão sobre a importância dos estudos sobre perfil das elites políticas para o entendimento de dimensões do comportamento políticos das mesmas, que se articulou a nosso interesse de pesquisa sobre o uso da internet e das tecnologias digitais pelas elites parlamentares. Assim, o primeiro aspecto de nosso trabalho é examinar a literatura sobre elites e comportamento a fim de verificar como tal problema se coloca.

Embora seja um dos temas mais antigos e tradicionais da ciência política (Bottomore, 1966), podemos afirmar que apenas nos últimos anos passaram a ser produzidos estudos mais sistemáticos no Brasil sobre a relação entre padrões de recrutamento e de comportamento político dos vários segmentos das elites políticas em geral, e das elites parlamentares em particular (Felisbino, 2006). Nesse sentido, vários estudos recentes, na ciência política brasileira, buscam analisar as características dos perfis das elites parlamentares assim como extrair de tais características algumas implicações para o funcionamento dos sistemas políticos democráticos. Portanto, para abordarmos tais problemas, é essencial que adentremos aos estudos que tratam das formas de recrutamento, a fim de definir alguns aspectos relevantes na forma de inserção dos indivíduos dentro das elites políticas.

A fim de contextualizar e definir melhor o objeto de nossa pesquisa, comentaremos alguns desses trabalhos, procurando caracterizar como as relações entre recrutamento e comportamento político são abordados.

1.1 ELITES PARLAMENTARES E COMPORTAMENTO POLÍTICO NA LITERATURA SOBRE O LEGISLATIVO BRASILEIRO

Os trabalhos que tratam das formas de recrutamento sempre estiveram vinculados aos estudos das elites políticas, mas com um intuito mais específico, o de definir quais fatores do ponto de vista social leva um número considerável de indivíduos aos postos de poder. Geralmente tais estudos acabam por definir um tipo ideal de indivíduo pertencente à elite política, condicionado pela repetição de uma série de características. Embora já exista um corpo razoável de estudos sobre a cultura política, o recrutamento e o perfil sociopolítico das elites políticas brasileiras de uma maneira geral, e de suas elites parlamentares em particular, podemos afirmar que ainda são raros os trabalhos que buscam abordar de maneira mais sistemática o problema das relações entre o comportamento e o recrutamento político.

A partir do levantamento que realizamos, podemos afirmar que são raros os trabalhos que abordam esta questão de maneira sistemática, já que a maior parte desses estudos geralmente centra seu foco na definição dos perfis das elites políticas a fim de caracterizar quais características teriam maior relevância para os indivíduos na conquista de uma posição de destaque no meio político, ou seja, sem a identificação de um posicionamento dos atores na arena parlamentar ou em outras arenas da atividade política (Marenco dos Santos, 1997; Norris, 1997; Rodrigues, 2002; Anastásia, et al, 2005; Perissinotto et al, 2007; Felisbino, 2009).

A este respeito, podemos destacar os trabalhos de Leôncio Martins Rodrigues (Rodrigues, 1987, 2002, 2006), que busca caracterizar vários aspectos da “classe política” brasileira, mas sem fazer maiores inferências ou investigações empíricas sistemáticas sobre as relações entre os perfis das elites estudadas e aspectos de seu comportamento político. No primeiro destes trabalhos, Rodrigues busca demonstrar a tese de que as elites partidárias representadas no Congresso não são homogêneas, enquanto que no segundo busca demonstrar a proposição segundo a qual estaria havendo uma “popularização” da classe política brasileira após a ascensão do PT ao poder, e a incorporação de novos atores oriundos de base sindical no jogo político. Entretanto, embora o autor postule a existência de algum

tipo de associação entre perfil das elites e padrões de comportamento, ele não chega a aprofundar estes pontos de maneira sistemática em sua abordagem⁸.

Os trabalhos de Marengo (2000) e Marengo e Serna (2007) podem ser considerados desdobramentos e sofisticações dos estudos de Leôncio Martins Rodrigues mencionados anteriormente. Os autores também chegam à conclusão de que existem importantes diferenças entre os padrões de recrutamento dos partidos, situados em diferentes pontos do espectro ideológico, ao contrário de uma suposta “indiferenciação” entre elites partidárias que derivaria da baixa institucionalização dos partidos políticos aos olhos do eleitorado, causadas pelo sistema eleitoral personalizado vigente no país. Entretanto, a abordagem de Marengo e Serna difere de Rodrigues em pelo menos dois aspectos fundamentais: (i) na maior ênfase nas variáveis de carreira ou trajetória política, em comparação às variáveis de *background* social, ponto que mais é enfatizado em seu primeiro trabalho; (ii) na tentativa de extrair repercussões de perfis parlamentares sobre o comportamento político dos diferentes segmentos das elites parlamentares observadas.

Por exemplo, examinando os partidos de esquerda no Brasil e no continente sul-americano, Marengo e Serna (2007) chegam à conclusão de que existem dois tipos básicos de perfis sociais: um presente nos partidos conservadores, contemplando formação educativa vinculada a profissões liberais e ao mundo empresarial. Outro, mais inclusivo e pluralista, observado em partidos de esquerda, com profissões vinculadas às classes médias e maior proporção de assalariados e integrantes das camadas populares. A principal consequência destes distintos padrões de recrutamento no comportamento político de tais elites parlamentares reside no tipo de vínculo que cada um deles mantém com suas organizações. Assim, nos partidos de esquerda, os vínculos organizacionais e de carreira política dos filiados com os partidos tendem a ser mais sólidos e estáveis, contribuindo para uma maior institucionalização destes partidos, ocorrendo o inverso em partidos conservadores.

⁸ Segundo Leôncio, “Os dados sobre a composição social das bancadas indicam que, de alguma maneira, certos interesses externos da sociedade encontram expressão diferenciada nos partidos por vinculação direta com os parlamentares. Os próprios políticos pertencem a certos segmentos sociais com os quais compartilham espontaneamente interesses e visão de mundo, que influenciam suas orientações, as quais não são exatamente as de seus eleitores” (Rodrigues, 2006: p. 119). Entretanto, como observado o autor não detém-se na demonstração sistemática de como de dá tal “influência”.

Entretanto, os autores não extrapolam as diferenças observadas nos vínculos organizacionais dos filiados com seus partidos para outras dimensões do comportamento político das diferentes agremiações, especialmente a arena parlamentar.

O estudo dos meios de recrutamento das elites (Anastásia, et al, 2005; Felisbino, 2009; Marengo dos Santos, 1997; Norris, 1997; Perissinotto et al, 2007; Rodrigues, 2002) tem como intuito a melhor compreensão das formas de funcionamento da política, averiguando qual a influência dos atores e de suas características dentro das estruturas do poder (Perissinotto & Miríade, 2008).

“Se as regras do jogo são importantes, os jogadores também são. Partindo-se desse pressuposto, um estudo sobre o processo de recrutamento das elites políticas poderia contribuir para melhor compreender o funcionamento da poliarquia brasileira.” (Perissinotto e Miríade, 2008: 302).

Aprofundando essa reflexão, Perissinotto, Costa e Tribess (2009) avaliam que a identificação da origem das elites não pode ser uma explicação final para sua atuação, mas somente “o primeiro passo” para um estudo completo do comportamento político. Já segundo Anastásia, Correa e Nunes (2005), o contexto social e as condicionantes socioeconômicas exercem influência sobre a competição política, afetando de forma significativa a distribuição das preferências e os recursos dos atores políticos. Ou seja, os estudos das formas de recrutamento dizem pouco sobre o posicionamento das elites, entretanto quando aliamos a temáticas auxiliares, como os estudos de comportamento político, podem servir de base apropriada para justificar posicionamento e atuação.

No mesmo sentido, Pippa Norris (1997) diz que o *background* social e as experiências políticas são significativos para a inclusão de um indivíduo na elite política, nessa medida a eleição de algumas características de perfil das elites são importantes na inserção desses agentes nas estruturas mais amplas de poder de uma determinada sociedade. Para a autora, se as condicionantes de perfil não fossem preponderantes teríamos uma representação política que corresponderia às características da sociedade, o que de fato não é real. Norris afirma que a origem das elites políticas e características de perfil têm influência nas atitudes e nos comportamentos dos políticos. Apesar de não ser uma explicação explícita da realidade, tais elementos acarretam consequências diretas para a formalização dos

governos e das instituições. Perissinotto (2009), na mesma linha de análise de Norris, diz que os estudos de recrutamento se tornaram importantes para responder em que medida as origens dos indivíduos podem influenciar: (i) no comportamento; (ii) nas instituições; e (iii) na sociedade.

Para Perissinotto (2009) os estudos de recrutamento que alinham origem e comportamento tentam demonstrar quais as influências das características dos indivíduos, e em que aspecto tais podem explicar as formas de comportamento e decisão das elites. Já os trabalhos que pretendem avaliar o peso das elites para as instituições, buscam responder quais fatores são mais preponderantes nas elites políticas para a construção das instituições e organizações sociais. E por fim, os estudos de recrutamento que averiguam em que condições as elites políticas pode ser importantes para o entendimento das mudanças de uma sociedade no decorrer da história.

Nessa perspectiva, a pesquisa que estamos desenvolvendo alinha-se a um viés mais comportamental dos estudos sobre as formas de recrutamento das elites políticas, já que estudaremos os perfis das elites a fim de vislumbrar quais variáveis são relevantes para o uso da internet. Perissinotto (2009) afirma que a correlação entre as origens das elites e suas formas de comportamento, não podem ser um pressuposto de pesquisa, mas devem servir apenas como uma hipótese que necessita uma comprovação empírica. Dessa feita não podemos dizer que uma dada característica pode condicionar um comportamento, mas simplesmente contribuir para uma ação ou posicionamento. Para o autor as origens das elites políticas não são variáveis que cumprem a função de causa e efeito, mas sim condições que “(...) definem a visão de mundo dos seus membros, suas intenções e, por conseguinte, contribuem para definir o conteúdo substantivo de suas decisões.” (Perissinotto, 2009, p.191). De qualquer modo, mesmo não postulando uma relação estreita e *a priori* entre perfil e comportamento político, o autor considera possível uma investigação que busque integrar as duas abordagens.

Nessa perspectiva, a aproximação dos estudos de perfil e recrutamento com as pesquisas sobre o uso da internet tem como objetivo geral identificar se as características socioeconômicas, posições partidárias, ideológicas e de socialização política dos parlamentares se mostram de alguma forma relacionadas aos usos das ferramentas digitais pelas elites parlamentares. Ainda segundo Perissinotto, Costa e Tribess (2009), o estudo das características das elites pode ser um primeiro passo

para o entendimento de como essa elite se comporta politicamente: “(...) pesquisar as origens sociais e econômicas da elite política é um primeiro passo importante para a análise completa do comportamento político dos membros desse grupo” (Perissinotto, Costa & Tribess, 2009).

A associação entre perfil das elites e os usos da internet já foi trabalhada por alguns estudos, entre eles destacamos o trabalho desenvolvido por Braga, França e Cruz (2007) que analisaram o uso da internet pelos parlamentares às eleições de 2006. Neste artigo os autores demonstram que características socioeconômicas e políticas têm direta relação com o uso de websites na campanha eleitoral. Entre as principais conclusões Braga, França e Cruz demonstraram a existência de uma associação significativa entre o uso da internet pelos parlamentares e determinadas características tais como: grau de escolaridade, faixa de patrimônio e taxa de eleição. Conclusão semelhante foi demonstrada por Góes Ricken (2009) em seu trabalho sobre as elites políticas do sul do Brasil, onde o autor demonstra que os políticos com maior instrução são os que mais usam a internet para se comunicar, interagir ou informar o eleitor. Na demonstração de dados sobre a escolaridade, Góes Ricken averigua que os parlamentares com curso superior fazem uso de websites em 65,1% dos casos, enquanto que os parlamentares que não tem websites, nem curso superior são 57,1% dos casos. Ou seja, a variável escolaridade demonstra-se significativa frente ao uso dos meios virtuais pelos políticos.

Ainda sobre os estudos de Braga, França e Cruz (2007), os autores comprovam, por outro lado, que outros elementos de perfil das elites se demonstram fracamente correlacionados com o uso da internet, como: a variável faixa etária e gênero: “(...) podemos observar, por um lado, que há uma baixa correlação entre o uso dessa ferramenta pelos parlamentares e variáveis de recrutamento, como média de idade, faixa etária, ideologia e gênero.” (Braga, França & Cruz, 2007, p.229). Conclusão um tanto destoante da encontrada por Góes Ricken (2009) que afirma que entre as camadas mais jovens (21-30 anos e 30-40 anos), estão os políticos com as maiores taxas de utilização da internet. Para o autor a medida que a idade do parlamentar aumenta o índice de utilização da internet diminui, já que entre os deputados com mais de 60 anos de idade temos taxas de utilização da internet em torno de 38,5%, ou seja, a menor taxa de utilização averiguada.

De qualquer forma, todos estes estudos nos advertem que as preocupações em relacionar estudos de perfil com variáveis de comportamento não equivalem a

postular qualquer relação apriorística ou automática entre ambos os fenômenos, mas sim chamar a atenção para o fato de que eventuais diferenças entre segmentos ou subgrupos das elites, podem influir ou correlacionar-se de maneira mais estrita com dimensões de seu comportamento, ou mesmo com o desempenho do sistema político global. Dessa perspectiva, justifica-se a tentativa, efetuada no presente estudo, de procurar incorporar determinadas características do perfil das elites num estudo sobre uma dimensão de seu comportamento político.

Dito isso, podemos passar para uma breve análise de alguns trabalhos que analisam a relação entre internet, elites parlamentares, processos de representação e participação política.

1.2 ELITES PARLAMENTARES, REPRESENTAÇÃO POLÍTICA E AS NOVAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Nas últimas décadas foi possível perceber uma grande profusão dos meios de comunicação e interação, em grande parte, motivada pelas NTIC's - Novas Tecnologias de Informação e Comunicação⁹ (Silva, 2005). Dentre essas destacamos a internet, importante ferramenta de contato e interação entre as pessoas. Segundo Castells (2003, p.76) "se alguma coisa pode ser dita, é que a internet parece ter um efeito positivo sobre a interação social". Como era de se esperar, essas formas de interação tem influenciado de maneira significativa todos os setores da sociedade, isto porque a internet foi capaz de criar novas formas de contato e agregar uma quantidade grande de indivíduos, além disso, a rapidez e a pluralidade de informações trazidas pelos meios digitais dão à internet uma natureza dinâmica.

Hoje, como ao longo de todo o passado século XX, as tecnologias de comunicação são vistas como agentes transformadores da sociedade e muitos são os actores sociais que parecem olhar para a tecnologia como um elemento fundamental e promissor na melhoria das nossas vidas. Assim, autores como Mark Pôster não hesitam em afirmar que a Internet aparece como um novo media que o oferece todos os elementos necessários para representar um marco na evolução dos processos de mediação comunicativa. A internet, segundo Pôster, permite a comunicação de muitos para muitos, através do contacto instantâneo global e a da utilização da rede como estrutura de comunicação base e da possibilidade de recepção, alteração e redistribuição da informação, que por sua vez, em

⁹ Sobre o conceito de NTIC's consultar: SILVA (2005).

conjunto, deslocam a comunicação do espaço da Nação para o espaço globalizado” (Cardoso & Morgado, 2003, p. 54).

Segundo Silva (2005) as NTIC's abriram espaço para novos potenciais interativos e também trouxe a possibilidade do cidadão poder intervir nos meios de comunicação e participar de forma direta na produção do conteúdo. Para o autor, esses novos meios possuem potencialidades técnicas de interação mais horizontais quando comparados à televisão, rádio ou meios impressos, diante deste potencial interativo, haveria agora novas possibilidades de melhorar a participação do cidadão nos negócios públicos, na tomada de decisão política e até mesmo, em alguns casos, de fazer com que a própria esfera civil tome as decisões até então restritas à esfera política.

A internet, inserida nas NTIC's, tem se tornado uma ferramenta cada vez mais comum e funcional na atualidade, tanto que Governos, conglomerados financeiros e grandes meios de comunicação têm feito uso dela para informar, contatar e tornar suas atividades mais transparentes, desta forma, tal fenômeno não poderia ser diferente na política (Norris, 2001). As NTIC's, de maneira geral, e a internet, de forma mais específica, tendem a criar novas mudanças em aspectos preponderantes da atividade política (Braga et al, 2007).

O grande exemplo do uso da internet como forma de interação política ocorreu em 2008, nas eleições presidenciais americanas (Gomes, Fernandes, Reis & Silva, 2009; Braga, 2010). Barack Obama, um candidato relativamente desconhecido, utilizou a internet como ferramenta em sua campanha para a presidência dos Estados Unidos (Braga, 2010) para se comunicar com seu eleitorado, divulgando sua plataforma de governo, e o principal, fez uso do ambiente digital eleitoral para arrecadar doações e financiar sua candidatura (Gomes, Fernandes, Reis e Silva, 2009).

O grande trunfo do agora eleito presidente dos Estados Unidos foi fazer uso da internet para criar uma rede de interação entre seus eleitores e transformá-la em capital político para sua vitória. Essa situação já havia sido constatada por Braga, Cruz e França (2007), mas nunca tinha sido experimentada nessa proporção - “Naturalmente, a atividade política e as instituições da democracia representativa não poderiam ficar imunes a tais efeitos e, mais cedo ou mais tarde, teriam também que sofrer os influxos das TICs.” (Braga, Cruz e França, 2007, p. 220).

O pioneirismo americano (Gomes, Fernandes, Reis & Silva, 2009) demonstra as potencialidades do uso da internet, principalmente no que se refere à política. Nesse caso, a equipe de Barack Obama fez uso de práticas testadas com sucesso por anunciantes publicitários e as ampliaram criando “(...) um conjunto de mecanismos de comunicação online que dialogavam entre si e formaram um sistema bem articulado (...)”. (Gomes, Fernandes, Reis e Silva, 2009, p. 20).

Apesar de ser um fenômeno relativamente novo, são diversos os estudos sobre os impactos das NTIC's junto às democracias, entre esses destacam-se: Norris (2001), Allan (2006), Ferber (2007) e Cardoso e Morgado (2009). Todos tratam a internet como um ambiente de profundas e rápidas transformações, capaz de se reinventar e influenciar os meios em que se encontram. No Brasil o assunto ainda está em ascensão, mas diversos são os autores que tratam do tema, como Braga (2010), Marques (2007) e Gomes (2008). Em busca da enunciação de alguns estudos emblemáticos sobre a internet faremos um apanhado, mesmo que ligeiro sobre o tema.

Como já havíamos citado, os meios digitais possibilitaram a função de criar a interação entre o conteúdo e seu receptor (Eisenberg, 2003), com a capacidade de dar ao eleitor uma maior amplidão de seu espaço de atuação. Para Eisenberg (2003) a internet poderia ser uma nova “Ágora”, onde a política seria discutida e aproveitada por boa parte da população, em outras palavras, a internet e suas ferramentas serviriam de solução para a falta de legitimidade do processo político, para o descrédito das instituições, e até mesmo, à falta de interesse pelas decisões políticas. Eisenberg destaca cinco pontos de relevância para a interação entre política e meios digitais. O primeiro seria (i) o poder de fixação da informação pela internet, onde o receptor teria a capacidade de acessar e rever de maneira sistemática todas as suas informações, assim, mantendo-se bem informado e inteirado ao meio político que pertence. O segundo ponto a ser destacado é (ii) a capacidade de difusão do conteúdo virtual. Por meio dessa característica, a capacidade de reprodução de conteúdos e conexão desses com seu receptor seria maiores que nos meios de comunicação tradicionais. O terceiro elemento da internet é (iii) seu caráter atemporal. Tal característica liberta a internet de um formato ou conteúdo específico, possibilitando que diversos cidadãos tenham acesso às mesmas informações em diferentes tempos, espaços e formatos. O quarto aspecto é a (iv) baixa complexidade de acesso e utilização das ferramentas da web, o que

acabaria por democratizar seu uso. E o quinto e último elemento de interação da web com o mundo político seria (v) a capacidade de interatividade entre o receptor e seu emissor, algo que não está presente nos meios de comunicação tradicionais, e que seria possível através de espaços de diálogos constantes nas formas de comunicação.

No mesmo viés de análise destaca-se Norris (2001). A autora considera que a internet é um espaço global capaz de inserir interatividade entre seus participantes; construir meios de comunicação diferentes dos criados pelas antigas mídias, gerar a livre associação, ampliar os espaços de liberdade de expressão, e até mesmo criar diferentes identidades das concebidas pelos estados nacionais. Ou seja, a internet é um local virtual capaz de se desvincular do mundo real, e criar em si um ambiente a parte, muito mais interligado, e dinâmico (Norris, 2001). Segundo a autora, as inserções das ferramentas virtuais na política ensejariam a criação de um *“virtual political system”*. Esse sistema político virtual seria capaz de dinamizar e incluir agentes diversos dentro do sistema político por meio da internet. Com a ampliação da participação, haveria o surgimento de instituições paralelas capazes de interagir, interferir e deliberar sobre os temas de interesse geral. Como podemos constatar a autora afirma que o papel da internet estaria muito vinculado à participação e à interação dos agentes.

Nesse mesmo sentido, podemos citar outro autor que tratar dos efeitos da internet sobre a política, o brasileiro Wilson Gomes (2008). Para ele, as influências digitais sobre a política estão muito imbricadas em cinco graus específicos da participação civil do cidadão. O primeiro grau formaliza a internet como uma ferramenta de difusão de informação e conhecimento. Esse grau de participação estaria estritamente ligado à prestação de serviços para a população, ou o conceito de *“constituency service”* (Lilleker & Jackson, 2009). O segundo grau de participação fundamenta que a internet seria uma fonte distribuidora de opinião pública, com a utilidade de ser fonte de sustentação para a tomada de decisão no sistema político. O terceiro grau está ligado com a accountability, ou seja, a internet serviria como uma ferramenta de prestação de contas do poder público e de divulgação dos políticos à opinião pública. O quarto grau desenvolvido por Gomes tem correlação com a deliberação. A internet serve como um mecanismo de fórum para a discussão, conhecimento e decisão dos eleitores frente seus eleitos. E por fim, o quinto grau de participação, onde se retoma a idéia da *“ágora digital”*, desenvolvido

por Eisenberg (2003), em que a participação do cidadão seria tomada de forma direta, sendo a internet o meio principal para seu desenvolvimento.

Como podemos vislumbrar a internet tem sido objeto de estudo de diversos trabalhos, com diversos elementos de análise, entretanto, como observamos acima, existe a recorrência entre os autores em tratar a internet como uma ferramenta transformação da sociedade.

1.3 REVISÃO DA LITERATURA SOBRE O USO DA INTERNET PELAS ELITES POLÍTICAS.

A internet é uma nova mídia que tem como intenção criar uma comunicação de massa, através de um contato muito mais dinâmico e direto, permitindo a recepção, alteração e redistribuição das informações, o que por natureza descentraliza as fontes de informação (Cardoso & Morgado, 2003). Nessa medida, a internet tem influído na política em quatro aspectos principais: (i) representação; (ii) participação; (iii) accountability¹⁰; e (iv) comunicação. Esses quatro aspectos têm colocado a internet numa posição de destaque nas discussões sobre as novas tecnologias e formas de influência na política.

Primeiramente trataremos das questões referentes à representação. As democracias modernas, segundo Michels (1982), carecem de representação, já que seria impossível consultar todos os cidadãos nos momentos de tomada de decisão. Para tal representação elegem-se indivíduos que serão os representantes diretos do povo dentro do Estado. Essa eleição é feita dentro de requisitos específicos, dependendo dos modelos de governo, sistemas eleitorais, fórmulas de eleição. Entretanto, independentemente dos modelos institucionais, analisados pelos estudos sobre a composição dos parlamentos e suas formas de recrutamento, os indivíduos que compõe esses órgãos de representação acabam por se constituir com características, origens e ideologias homogêneas. Condiciona-se a falar que os indivíduos que compõe os parlamentos fazem parte de uma elite política.

¹⁰ Podemos definir “accountability” no sentido amplo do termo, como aquele conjunto de ferramentas digitais que permitem uma maior prestação de contas e responsabilização do parlamentar através das ferramentas digitais. Nesse sentido, abrange aqueles recursos que permitem ao eleitorado e a outras instâncias da sociedade civil coletar informações sobre *quem* são as elites decisórias que falam em seu nome, assim como o que fazem e como se comportam nas instâncias decisórias.

Por natureza, as formas de recrutamento das elites impedem a inserção de alguns agentes e privilegia o ingresso, nos cargos políticos, de indivíduos que acumulam a maior quantidade de recursos ou as características mais valorizadas no ambiente social. O problema das formas de representação surge quando temos uma elite política que não transparece aos anseios da sociedade, ou quando não existe uma identificação entre os representantes e sua população. Para Cardoso e Morgado (2003) a maneira com a qual os representantes se pautam frente à sociedade influi de maneira direta na qualidade da representação. Em decorrência desses problemas de representação os autores afirmam que a internet surge como um meio de resposta, para a possível crise de representatividade das democracias. Nas falas dos autores, a internet pode ser considerada um novo impulso para uma democracia pautada nos mecanismos de participação e inserção dos cidadãos, isso seria possível através dos meios disponibilizados pela rede que abrem ao indivíduo a possibilidade de: (i) discutir sobre as decisões políticas, (ii) criar redes de debates, (iii) interferir nas formas de decisão política, em condições de igualdade e num ambiente propício para a democracia digital¹¹.

Segundo Cardoso e Morgado (2003), essa democracia digital permite que os cidadãos tenham um acesso direto às elites políticas, sem qualquer tipo de mediação, podendo buscar informações, partilhar opiniões e discutir. Os autores afirmam que as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação poderiam até mesmo contribuir para uma nova função de representação política, algo que ultrapassa a simples delegação de atribuições e torna a atividade política mais participativa e responsiva para a sociedade. Nesse raciocínio, a internet, segundo Cardoso e Morgado, tem estreitado os laços entre representantes e representados, redefinindo e reestruturando o funcionamento dos sistemas democráticos, formalizando, desta forma, uma nova faceta para as democracias representativas.

Em suma, Cardoso e Morgado (2003) observam que a internet tem a competência de melhorar a relação entre representante e representado, retomando a função do cidadão de fiscalizar a ordem vigente. As informações geradas pela rede possibilitariam ao indivíduo a capacidade de observar a atividade parlamentar,

11 Conceito criado por Norris (2001) estabelece como parâmetros para a “democracia digital” um sistema de governo que considere as novas tecnologias de informação e comunicação, sem deixar de lado elementos essenciais da democracia liberal, como: eleições limpas e livres, opinião pública isenta e pluralista, diversidade partidária, alternância de poder, e governos que assegurem as liberdades individuais.

em tempo real, criando uma relação mais transparente da atividade do político. Os autores também atentam para a segunda função da internet, que seria a de gerar comunicação direta entre os eleitos e eleitores, que possibilitaria um verdadeiro *feedback* político. Neste sentido, eles demonstram que as novas tecnologias poderiam contribuir para uma democracia participativa, capaz de gerar até mesmo uma democracia direta.

Na mesma medida, Braga e Nicolás (2008) afirmam que as ferramentas geradas pela internet, quando utilizadas de forma adequada, têm a capacidade de ser um instrumento para o controle e monitoramento da esfera pública. Tal função daria ao cidadão a possibilidade de estreitar seus laços de relação com seus representantes, o que por si só proporcionaria à web um papel de suma importância tanto na comunicação, como no controle da máquina política (Braga & Nicolás, 2008).

No mesmo raciocínio de Braga e Nicolás (2008), Marques (2007) afirma que a internet serve como uma forma de aperfeiçoamento da relação entre político e cidadão, gerando efeitos diretos sobre a representação política, principalmente no que se refere aos instrumentos “(...) empregados para se aperfeiçoar a relação entre políticos e cidadãos.” (Marques, 2007, p. 158). Marques (2007) diz que a internet pode ser considerada um instrumento de grande relevância para a democracia, já que, segundo o autor, o efetivo emprego das ferramentas de comunicação e interação, disponíveis na internet, poderiam dar conta de dificuldades relativas às práticas democráticas e ampliar a forma com a qual a política está colocada. Para a exemplificação do estreitamento de laços entre representantes e representados, Marques (2007) toma como exemplo a forma com a qual os senadores americanos se portam na utilização da internet. O simples fato dos senadores americanos fornecerem, por meio de seus websites, “(...) informações relevantes sobre seus estados de origem, convidar os cidadãos a visitarem Washington ou mesmo tornar possível tarefas simples, como a requisição de cartas congratulatórias quando algum evento importante ocorre na vida do cidadão” (Marques, 2007, p. 160), já fazem com que o cidadão se sinta perto de seu representante político. Ao certo que esses tipos de ações não demonstram o verdadeiro papel da democracia e de suas potencialidades, mas indicam que o cidadão tem um canal aberto quando necessário.

Além das questões de representação podemos destacar outra influência da internet sobre a política, que seria a participação. Para Norris (2001) a Internet poderia ampliar a participação dos cidadãos na vida pública, acabando com alguns dos entraves existentes na política e no engajamento cívico. A autora afirma que a internet teria a capacidade de auxiliar grupos e pessoas que estão fora dos campos de atuação da política tradicional, facilitando a capacidade dos cidadãos em obter informações sobre seus eleitos, discutir problemas da comunidade, mobilizar grupos, criar redes de discussões, pressionar seus representantes, e até mesmo reivindicar.

The Internet may broaden involvement in public life by eroding some of the barriers to political participation and civic engagement, especially for many groups currently marginalized from mainstream politics, facilitating the ability of citizens to gather information about campaign issues, to mobilize community networks, to network diverse coalitions around policy problems, and to lobby elected representatives (Norris, 2001, p. 2).

De forma um pouco diversa, Marques (2010) afirma que a ideia de disponibilização de informações e de mecanismos de participação dos indivíduos no processo político tem impacto reduzido quando não dimensionada da maneira correta. Segundo o autor, para que participação civil destine-se a exercer efeitos consistentes sobre as decisões dos agentes políticos é necessário “(...) ir além da oferta de recursos digitais de participação (...)” (Marques, 2010, p.84). Por mais avançados que os mecanismos de participação sejam eles acabam servindo como simples forma de pressão sobre os parlamentares, e não têm o condão de alterar de maneira direta as decisões políticas. O autor ressalta que os mecanismos de participação da população via internet tem a condição de: (i) fortalecer debates e (ii) permitir a concatenação de pressões sobre as elites políticas. Mas de forma alguma conseguem alterar a ordem vigente, ou substituir a participação direta dos cidadãos na política, tendo a capacidade de incrementar o processo político.

Desta forma, para Marques (2007) a internet não tem o condão de alterar a ordem vigente, mas tão somente de incrementar a atividade política, reforçando o processo democrático. Segundo o autor, os recursos digitais de participação “(...) têm se voltado mais para a reforma e para o complemento do processo de produção da decisão política (...) do que para sua revolução ou para uma transformação mais ampla de seu caráter”. (Marques, 2010, p.90). Tal raciocínio é compartilhado por Cardoso e Morgado (2003), quando afirmam que a utilização das TIC's favorece a democracia, possibilitando ao eleitor uma melhor inserção nos meios políticos, além

de no futuro se tornar uma ferramenta importante no encorajamento de novas formas de decisão política. O interessante no pensamento de Cardoso e Morgado (2003) está na ideia de que as NTIC's vivem um processo crescente de influência sobre a política e sobre os políticos, o que de fato encoraja sua utilização.

(...) as TIC's irão ter uma crescente influência na política e nos políticos, o que se demonstra igualmente na sua crença no papel que as TIC's terão no encorajamento de novas formas de democracia (voto electrónico, referendo electrónico, por exemplo). Este optimismo estende-se ao alargamento do leque de assuntos políticos e na melhoria do diálogo dentro do sistema político e entre os representantes e os cidadãos. (Cardoso e Morgado, 2007, p.19).

Para Cardoso e Morgado, o uso de novas tecnologias pode facilitar o acesso de informação aos eleitores, e criar uma maior interação, contudo, a simples inserção de novas mídias não cria a participação política por si só, ela tão somente incrementa e encoraja. Nas palavras dos autores "(...) uma coisa é o surgimento de novas formas de democracia (...) no sentido de novos canais para a participação, outra coisa será esperar que a tecnologia *per si* traga mais pessoas à participação política". (Cardoso & Morgado, 2007, p.20).

Outro indício que proporciona a internet um papel de destaque frente à política seria a sua função de accountability. A accountability é uma condição extremamente importante para o fortalecimento das instituições e para a legitimidade da tomada de decisão pelas elites políticas, sendo a internet fonte responsável pelo incremento dessas funções. Para Cardoso e Morgado, a internet possibilita que diferentes tipos de informação sejam vinculados, seja nas páginas institucionais das casas legislativas e nos próprios sites dos políticos, "(...) permitindo uma maior abertura dos parlamentos aos cidadãos." (Cardoso & Morgado, 2003, p. 6).

No mesmo viés, Alejandra Nicolás (2009) afirma que as ferramentas disponibilizadas pela internet, desde que adequadamente utilizadas, podem ser um importante instrumento não só de conhecimento das elites dirigentes pelos pesquisadores e pelo público especializado, mas também de controle e monitoramento da esfera pública pelos cidadãos, estreitando assim os vínculos de representação política entre esses atores. Para a autora a accountability tem importância essencial para o aprofundamento da democracia, pois proporciona aos cidadãos a possibilidade de terem informações sobre os políticos, decisões, e

comportamentos durante todo o processo de deliberação, fazendo com que assuntos referentes ao interesse público sejam notórios a todos.

A questão da accountability também é discutida por Norris (2001). A autora afirma que as formas de desenvolvimento tecnológico influenciam diretamente o comportamento das elites, e principalmente como as organizações políticas prestarão seus serviços e informações. Sendo assim, a relação entre elites, internet e accountability geraria uma responsabilidade dos agentes públicos em prestar esclarecimentos de suas decisões, disponibilizando todas as informações necessárias para a compreensão do cidadão. Posição também compartilhada por Braga e Nicolás (2009) que afirmam que o ambiente virtual é um dos principais fatores de estreitamento das relações entre representantes e representados, além disso, tais ferramentas são essenciais na promoção da accountability dos políticos e do próprio sistema. Os autores enfatizam a posição de que a internet tem se tornado uma ferramenta de controle e monitoramento dos órgãos legislativos, importante no conhecimento e estudo das elites dirigentes, tanto pelo público especializado como pela população em geral. Neste mesmo sentido, Braga e Nicolás (2010) afirmam que a accountability tem grande influência no aprofundamento da democracia, já que a população tem a possibilidade de conhecer seus políticos e as decisões por eles tomadas.

Sendo assim, também são de fundamental importância para o aprofundamento da democracia e para a agregação de accountability aos sistemas políticos que tais informações estejam disponíveis online, pois isso permite aos cidadãos ter acesso a informações não apenas sobre quem decide, mas também sobre o que se decide, ou seja, como os membros do parlamento estão se comportando durante o processo deliberativo sobre políticas governamentais e assuntos de interesse público. (Braga & Nicolás, 2010, p. 12)

A diversificação de fontes e a possibilidade de divulgação de informações relevantes, através das ferramentas da internet, proporciona elementos importantes para a accountability (Cardoso & Morgado, 2007). A internet possibilitou que informações e documentos, anteriormente restritos aos órgãos legislativos e aos parlamentares, fossem colocados ao público em geral, o que por natureza criou um ambiente de aproximação entre representantes e representados, e deu a impressão de maior abertura aos parlamentos. Segundo Cardoso e Morgado, as tecnologias da informação contribuíram para melhorar as formas de comunicação entre os parlamentares e os cidadãos, gerando novos contornos para a representação

política. A simples divulgação de informações parlamentares nos sites pessoais e institucionais possibilitou acesso à informações detalhadas sobre as atividades parlamentares e aos procedimentos legislativos, permitindo maior transparência e acesso direto dos cidadãos ao desenvolvimento do processo político, o que por consequência promoveu estreitamento na relação dos eleitos com os seus constituintes.

A Internet permite ainda a divulgação de versões completas de documentos oficiais, da agenda parlamentar (debates e sessões parlamentares), de visitas virtuais aos edifícios-sede dos parlamentos, a procura facilitada de formatos digitais em áreas específicas da acção governativa, ou a existência de secções específicas de informação para estudantes e docentes. Num cenário de aproveitamento de todas as possibilidades, as tecnologias da informação podem facilitar o processo político, permitindo uma maior abertura dos parlamentos aos cidadãos. (Cardoso e Morgado, 2007, p.6) (ACCOUNTABILITY)

Em suma, a internet possibilitou um número significativo de alterações no quesito accountability, segundo Nicolás (2009) tais interferências proporcionaram: (i) um aumento potencial de transparência da gestão e do trabalho dos parlamentares, (ii) deram à internet a capacidade de ser fonte de informação sobre as elites dirigentes, (iii) geraram um maior controle e monitoramento das elites políticas e (iv) possibilitaram maior interação entre cidadãos, órgãos governamentais e parlamentares.

Talvez o último aspecto a ser ressaltado na relação entre elites políticas e uso da internet é a questão da comunicação e interação. São diversos os estudos que tratam desse tema (Castells, 2003; Cunha, 2005; Eisemberg, 2003; Ferber et al, 2007), aliás, poderíamos afirmar que boa parte dos trabalhos que tratam da internet têm como objetivo explicar seus impactos na comunicação.

Para Silva (2005), existe uma unanimidade entre os diversos autores que tratam do assunto, principalmente no reconhecimento das potencialidades comunicativas das NTIC's, essencialmente na noção da comunicação e interação em larga escala. Para o autor, essa comunicação interativa estaria apta a interferir de maneira direta e horizontal nas relações entre cidadão e governo, o que nas palavras do autor, "(...) repercutiria em mudanças no modo de operação da política contemporânea. (Silva, 2005, p.452)

Mark Poster (1997), em seu texto: "CyberDemocracy: Internet and the Public Sphere", afirma que a internet se tornou uma nova mídia capaz de oferecer todos os

elementos necessários para representar uma verdadeira revolução nos processos de comunicação. Segundo o autor, a internet permite a difusão de informações, através de diversas plataformas de forma instantânea e global, possibilitando que o indivíduo receba, altere e redistribua a informação da forma que considerar mais conveniente. Para Poster, todo esse processo possibilita a descentralização da informação e controle por parte da opinião pública.

É inegável que a internet possibilitou novas formas de comunicação de maneira mais dinâmica e ativa, ou seja, estamos falando de uma nova mídia que possibilita ao receptor a capacidade de interagir e interferir. Para Cardoso e Morgado (2003), a comunicação digital possibilita maior velocidade no processamento de informações, além de permitir uma combinação dos “(...) elementos textuais, visuais e áudio a um custo mais favorável.” (Cardoso e Morgado, 2007, p.5).

Além disso, a internet proporciona a difusão da informação de forma volátil, já que inexistem barreiras geográficas ou físicas que impossibilitem o recebimento e transmissão de informações. Nesse aspecto, todos os indivíduos localizados em qualquer espaço territorial podem receber informações e repassá-las sem qualquer tipo de dificuldades.

Outro elemento ressaltado por Cardoso e Morgado (2007) na relação internet e comunicação está na maior interatividade entre cidadãos e elites políticas. Para os autores, a internet abriria a possibilidade de uma democracia discursiva, entendida como um espaço de discussão e interação entre os indivíduos.

Com o aparecimento das novas mídias eletrônicas, o controle da informação está nas mãos do receptor, activo na procura da informação, capaz de editar e listar as suas próprias fontes. Na internet os receptores podem produzir informação. Os indivíduos ou grupos tem agora ao seu dispor um meio mais fácil, menos dispendioso para trocar informações com outros actores numa base local, nacional, ou global” (Cardoso & Morgado, 2009, p. 4).

Outra análise ressaltada pelos autores seria que a internet possibilita que os parlamentares construam sua própria identidade, através de conteúdos escritos, símbolos, imagens, sem a necessidade de se remeterem às mídias tradicionais, e tão pouco ter que tomar contato direto com o eleitor. Nas páginas virtuais podemos criar a figura do parlamentar, demonstrar suas atitudes, direccionar seus posicionamentos, através das ferramentas disponibilizadas pela internet. Segundo

Cardoso e Morgado (2007), nas mídias tradicionais aquele que recebe as informações é um mero receptor de notícias produzidas por um número pequeno de fontes. Com o surgimento as NTIC's o controle da informação direciona-se às mãos do receptor, que passa a ter papel ativo na produção da informação.

Na Internet os receptores podem produzir informação. Os indivíduos ou grupos têm agora ao seu dispor um meio mais fácil, menos dispendioso para trocar informação com outros actores numa base local, nacional ou global. Este é o panorama que nos é colocado à disposição. (Cardoso e Morgado, 2007, p.2)

Para um parlamentar construir sua imagem através de um meio de comunicação tradicional, ele teria que ser parte do conteúdo, ou seja, estar na pauta do jornal, da televisão, do rádio. Nas mídias tradicionais o parlamentar não tem a capacidade de criar sua imagem por conta própria, não pode vincular seus próprios conteúdos, não pode produzir sua identidade visual, tendo que esperar um posicionamento do meio de comunicação. Com a internet é o próprio parlamentar que faz isso, de forma simples, com baixo custo e com certo retorno.

(...) com o uso de novas mídias, como *Websites* pessoais, listas de *e-mails* e *blogs* de políticos, substituindo progressivamente, com cada vez mais eficácia, antigas formas de organização das campanhas eleitorais, fundadas basicamente no contato físico do parlamentar com o eleitor e no uso de mídias tradicionais, como a televisão, publicações impressas e assim sucessivamente (Braga; França; Cruz; 2007 p.220).

Ainda sobre o assunto, podemos citar o trabalho de Marques (2007) que considera a internet uma plataforma de comunicação, diferente e mais completa que as mídias tradicionais, capaz de melhorar as formas de participação dos cidadãos, e como os outros autores acima citados, aperfeiçoar a democracia. Para o autor, a internet fornece todos os meios necessários para uma maior liberdade e interatividade dos políticos e os eleitores, sem as limitações técnicas e financeiras da televisão, rádio e jornal.

A emergência de uma plataforma de comunicação com a capacidade de atuar sob uma lógica diferente daquela dos *mass media* tradicionais revigora as esperanças no que concerne ao emprego dos *media* para aperfeiçoar a democracia e a participação dos cidadãos. Isto ocorre, sobretudo, graças ao fato de que os *new media* (dos quais a Internet parece ser o exemplo de maior proeminência) podem adicionar novas possibilidades ao processo político, tais como maior interatividade, liberdade de discurso e publicação instantânea de conteúdos a baixo custo. Desta forma, muitas das críticas feitas aos *media* tradicionais e às suas

limitações parecem não se aplicar aos computadores conectados em rede, ainda que apenas do ponto de vista das potencialidades técnicas. (Marques, 2007, p. 157)

Outra situação interessante nos aspectos comunicativos da internet é sua capacidade de criação e fomento da massa crítica. Segundo Blanchard (2008), a internet é uma ferramenta de comunicação que tem por objetivo divulgar ideias e opiniões na busca de adesão de uma maior quantidade de indivíduos. A internet teria o arcabouço de possibilitar a aproximação de diferentes atores, movimentos associativos, partidos políticos e cidadãos à posições, ideias e opiniões comuns. Posição essa partilhada por Cardoso e Morgado (2007) que consideram a internet uma plataforma que permite aos cidadãos partilhar as suas opiniões sobre inúmeras questões sejam: políticas, organizacionais e estruturais.

Websites de candidatos, de partidos políticos, de movimentos associativos e de “simples cidadãos comuns” revelam que a internet constitui hoje uma das ferramentas de comunicação à disposição de diferentes atores, institucionais ou não, para divulgar idéias e opiniões, na tentativa de obter a adesão dos cidadãos. (Blanchard, 2008, p.9)

Como podemos ver a literatura tem uma visão similar dos efeitos da internet no meio político, principalmente no que se refere aos aspectos benéficos dessa ferramenta na interação, comunicação e accountability gerados. Apesar de algumas divergências na capacidade de alcance dos meios digitais, os autores acima citados tem como pressuposto que a internet teria o condão de auxiliar a sociedade num melhor controle de seus eleitos, além disso, ela poderia ser responsável pela criação de uma democracia mais participativa, melhorando a capacidade de comunicação e de interação dos indivíduos, ou seja, a internet teria o papel de incrementar o tradicional processo de decisão e não substituí-lo de maneira definitiva.

Para a literatura (Cardoso & Morgado, 2007; Blanchard, 2008; Marques, 2007; Braga; França; Cruz; 2007; Silva, 2005) a internet tem um papel fundamental na reestruturação de elementos importantes da política, sejam eles relacionados às formas de contato dos eleitores e eleitos; nas questões relacionadas a prestação de informações acerca da atividade política ou até mesmo nos aspectos referentes a comunicação.

1.4 METODOLOGIA E PLANO DE TRABALHO

Tendo em vista as primeiras impressões da literatura que trata sobre perfil e recrutamento político, assim como, dos estudos sobre os impactos e usos da internet pelas elites políticas, procuraremos definir em termos gerais nossa metodologia de pesquisa.

O objetivo principal dessa dissertação é realizar um estudo de cunho comparativo sobre os usos da internet pelas elites políticas brasileiras e norte-americanas. Dentro dessa perspectiva, pretendemos articular o estudo de recrutamento das elites com as pesquisas que analisam o uso das tecnologias pelos atores políticos. Para realizarmos essa pesquisa iremos avaliar três dimensões principais a partir dos dados disponibilizados pelos websites institucionais das casas legislativas e das páginas pessoais dos parlamentares, que são: (i) a disponibilização de dados sobre perfil social e biográfico dos parlamentares, e aspectos referentes a accountability; (ii) análise do conteúdo dos websites, pautado nos usos, conteúdos e ferramentas disponibilizadas; e o (iii) mapeamento geral do uso da internet pelos parlamentares analisados.

A primeira dimensão de análise acima citada refere-se à verificação da disponibilidade de informações sobre o perfil social e biográfico, além da trajetória política dos parlamentares analisados. Nessa dimensão procuraremos demonstrar como as casas legislativas, através de seus sites institucionais e os parlamentares em seus websites pessoais, disponibilizam informações importantes sobre as características socioeconômicas e políticas das elites. Nesta avaliação pretendemos definir um padrão e/ou padrões para as elites parlamentares, além de avaliar como as mesmas se portam na criação de mecanismos de *accountability* e transparência.

A segunda dimensão de análise busca verificar o conteúdo dos websites das elites parlamentares brasileiras e norte-americanas. Nessa dimensão verificamos os níveis ou graus de representação política que podem ser potencialmente concretizados através da internet. Na busca de uma verificação mais objetiva dos níveis ou graus de representação política dividimos as análises em seis principais: (i) navegabilidade/acessibilidade, que busca verificar facilidade e receptividade do contato através das páginas iniciais dos websites; (ii) informação e accountability, que verifica a presença de informações relevantes sobre as elites analisadas; (iii) comunicação e mídias, que analisa a presença de ferramentas capazes de gerar

informação e comunicação aos representados; (iv) mobilização e conexão em rede, que avalia o uso de ferramentas capazes de fomentar a interação e mobilização do parlamentar com seu público; (v) interação e participação políticas, que analisa o nível de participação do cidadão dentro do mandato do parlamentar e as formas de interação entre internet; e o (vi) uso das redes sociais que avalia ferramentas de web 2.0 e suas conexões.

A terceira dimensão de análise refere-se ao (iii) comportamento do parlamentar no uso da internet, e objetiva determinar quais os usos e conteúdos dos websites de cada um dos parlamentares analisados. Tal dimensão busca averiguar como e de que forma as elites políticas se comportam no ambiente digital, quais os graus de informação de suas páginas virtuais, e quais as formas de interação com o eleitor, além de alguns aspectos referentes ao cruzamento de dados entre perfil das elites e uso da internet.

2. PROSOPOGRAFIA A PARTIR DA INTERNET: PERFIL SOCIOPOLÍTICO E 'ACCOUNTABILITY VIRTUAL' DAS ELITES PARLAMENTARES BRASILEIRAS E NORTE-AMERICANAS (2007-2011).

A partir desse momento passaremos a aplicar a primeira dimensão da metodologia anteriormente definida. Neste capítulo buscaremos empreender uma avaliação das informações disponibilizadas nos portais das casas legislativas, assim como, dos websites pessoais dos parlamentares brasileiros e norte-americanos. Com isso, buscaremos delimitar melhor nosso objeto de análise e avançarmos na formulação de algumas proposições básicas que serão abordadas de maneira mais sistemática nos capítulos seguintes.

Com base nesse objetivo principal, procuraremos mensurar os graus de disponibilidade das informações capazes de caracterizar os perfis sociopolíticos dos parlamentares nas casas legislativas, assim como do uso das novas tecnologias, desenvolvendo e atualizando metodologia já aplicada nos estudos de Nicolás (2009) sobre as elites políticas sul-americanas e de Braga e Nicolás (2008) sobre as elites brasileiras.

Tendo em vista estes objetivos, partiremos da seguinte disposição análise: (i) delimitaremos nosso universo empírico e metodológico, buscando compor alguns indicadores a fim de mensurar o uso da web pelos atores observados; (ii) em seguida, avaliaremos as informações contidas nos websites das casas legislativas norte-americana e brasileira sobre o perfil social, trajetória política, comportamento político dos parlamentares, tanto os disponíveis nos sites das casas legislativas, quanto os acessíveis através dos websites pessoais dos parlamentares.

Lembramos que ao final deste capítulo, buscaremos elaborar um indicador quantitativo das informações disponíveis sobre as elites estudadas em cada casa legislativa. Esse indicador tem como objetivo avaliar o “índice de transparência” das casas legislativas norte-americana e brasileira no que se refere à disponibilização de informações sobre as elites parlamentares que as compõe.

2.1. METODOLOGIA E UNIVERSO EMPÍRICO DE PESQUISA.

Como já deixamos consignado, a pesquisa em desenvolvimento considera o perfil das elites políticas um elemento a ser considerado quando tratamos do uso da internet pelos mesmos, ou seja, temos como pressuposto que características de perfil definem as formas de comportamento dos atores no ambiente virtual (internet).

O método utilizado na mensuração das informações sobre o perfil das elites foi o método prosopográfico ou das biografias coletivas, como definido pelo historiador inglês Lawrence Stone (1971) em seu texto clássico, *Prosopography*: “(...) prosopography is the investigation of the common back ground characteristics of a group of actors in history by means of a collective study of their lives.” (Stone, 1971, p.46).

Segundo Stone (1971) esse método consiste na determinação de um tipo sociológico na pesquisa histórica, através de uma coleta de dados sobre cada um dos objetos pesquisados, buscando revelar as características comuns de um determinado grupo social em dado período. Tal método tem grande utilização em pesquisas históricas, e se desenvolveu ao longo dos últimos tempos para as Ciências Sociais. Na prática o método toma por base uma dada população, e a partir dela busca-se criar variáveis e critérios para sua descrição a partir de “fontes frias”, tais como perfis biográficos e fontes oficiais. A efetiva definição dos atores e de suas características individuais possibilita uma análise mais aprofundada de todo o corpo social a qual esses atores pertencem.

Segundo Braga e Nicolás (2008) o grau de informação dos websites das casas legislativas é razoavelmente confiável, principalmente para a fundamentação de estudos sobre as elites parlamentares. Os autores identificam o site institucional da Câmara dos Deputados do Brasil, por exemplo, como uma fonte importante para os estudos prosopográficos sobre as elites. Para Braga e Nicolás as pesquisas que fazem uso do método prosopográfico usando como fonte os websites e as informações contidas na internet tem um alto grau de confiabilidade, e demonstram as vantagens, como: (i) a possibilidade do estudo de uma população inteira em um curto espaço de tempo; (ii) a possibilidade da articulação de múltiplas variáveis de pesquisa a partir de fontes primárias; (iii) a independência do analista frente a suas

fontes; e por fim (iv) uma maior possibilidade de verificação da coleta de dados, já que os mesmos se encontram disponíveis a todo o público.

O método das biografias coletivas, aliado a coleta de dados disponíveis na internet é uma estratégia compartilhada por diversos autores que tratam do tema de recrutamento das elites. Um dos estudos que pode ser mencionado é o de Felisbino (2009), sobre as eleições municipais de 2008. Nesse trabalho o autor faz uso do método das biografias coletivas com o intuito de levantar dados para a demonstração das características sociopolíticas dos parlamentares ao executivo municipal. Além de fazer uso das biografias coletivas, Felisbino (2009) tem como fonte páginas virtuais, tal artifício se demonstrou satisfatório em diversos estudos sobre o tema – “Para atingir os objetivos propostos, os dados foram coletados utilizando o método biográfico via internet” (Felisbino, 2009: 5). Para o autor o uso do método das biografias coletivas, aliado a coleta de dados com fontes disponíveis na internet permite que o pesquisador faça “(...) uma análise mais detalhada das características sociopolíticas dos membros (...)” (Felisbino, 2009, p.5) pertencentes às elites analisadas.

Perissinotto e Tribess (2007) fazem uso de método semelhante. Para os autores a prosopografia demonstra vantagens e desvantagens na assimilação dos conteúdos. As vantagens são: (i) a confiabilidade das informações e (ii) a grande quantidade de fontes de pesquisa. Já as desvantagens estão na falta de informações relevantes que não podem ser constatadas através de “fontes frias” de pesquisa.

O fato de buscarmos nossos dados em “fontes frias” nos trouxe vantagens e desvantagens. Como vantagem, o fato de podermos procurar em diferentes locais as mesmas informações, possibilitando, assim, uma maior confiabilidade. Porém, ficamos muitas vezes, limitados ao que o material dispunha, tendo, em muitos casos, falta de informações sobre determinados aspectos. (Perissinotto e Tribess, 2009, p. 2)

Talvez a falta de informações determinada pela limitação das fontes, demonstrada por Perissinotto e Tribess (2009) seja o aspecto mais relevante para a contraposição do método prosopográfico, contudo como faremos uma aproximação de duas áreas de estudo da ciência política tal limitação não seja sentida no decorrer da pesquisa, já que as informações coletadas sobre o recrutamento das casas legislativas servirão de parâmetro para a análise dos usos da internet. Talvez num

estudo puramente descritivo ou numa análise dos parâmetros de recrutamento das elites as fontes fossem um problema a ser ressaltado, entretanto esse não é o caso.

As fontes utilizadas nessa pesquisa serão: (i) os sites institucionais das casas legislativas, assim como as (ii) páginas pessoais dos parlamentares¹². Conforme afirmamos acima, dados os objetivos desta dissertação, utilizamos exclusivamente as fontes disponíveis nos portais das casas legislativas e nos sites pessoais dos parlamentares, já que nosso objetivo central não é elaborar uma análise do perfil das elites parlamentares examinadas por si só, mas avaliar e mensurar o uso que tais atores fazem da internet, bem como as informações nela disponíveis¹³. Para a análise das características do perfil socioeconômico e político dos deputados federais brasileiros foram utilizados como fontes os dados fornecidos pelo site da Câmara dos Deputados e do Senado Federal, além das biografias constantes nos websites pessoais dos parlamentares. Já no caso dos representantes americanos, foram utilizadas as biografias disponibilizadas em seus websites pessoais, já que as casas legislativas dos EUA (United States Senate, United States House of Representatives) não centralizam as informações biográficas dos congressistas em suas páginas institucionais, deixando a cargo de cada qual a divulgação desses dados.

A coleta de dados ocorreu de duas diferentes formas. Primeiramente (i) avaliamos nossas fontes, identificando o grau de disponibilidade de informações, e por conseguinte, (ii) mensuramos os aspectos referentes ao perfil socioeconômico, político e ideológico das elites políticas analisadas.

Outro aspecto metodológico a ser ressaltado no estudo em desenvolvimento está na utilização do método comparativo, entre Brasil e Estados Unidos da América. A principal justificativa para a realização do estudo comparativo, entre os representantes políticos dos EUA e Brasil, seria a possibilidade de viabilizar uma comparação entre países com diferentes formas de recrutamento e comportamento das elites. Tal artifício tem extrema relevância como afirma Nicolás (2009), pois

¹² As páginas pessoais dos parlamentares foram identificadas através dos sites indicados pelas casas legislativas e por uma pesquisa ampla nos sites de busca, através do nome político dos parlamentares.

¹³ Sendo assim, não utilizaremos na análise empreendida nesse capítulo outras fontes que poderiam ser usadas caso nosso objetivo central fosse elaborar uma análise do perfil dos deputados, tais como o site do TSE, o programa *Excelências*, da Transparência Brasil, ou os perfis disponibilizados pelo jornalista Fernando Rodrigues do Uol, em seu website *políticos do Brasil* (<http://noticias.uol.com.br/politica/politicos-brasil/>), dentre outras fontes.

possibilita que identifiquemos “(...) diferentes padrões de alocação de recursos para o uso da Web nos diferentes países.” (Nicolas, 2009, p.40). Apesar de Nicolas privilegiar os aspectos referentes a internet, seu viés de análise busca identificar como as elites sul-americanas se comportam no ambiente virtual. Em seu trabalho Nicolas (2009) cita os estudos de Zittel (2009) e fundamenta que os estudos comparativos possibilitam a determinação de padrões destoantes entre as democracias analisadas.

Em seu estudo comparado do uso da internet pelas casas parlamentares dos EUA (House of Representatives), Alemanha (Bundestag) e Suécia (Riksdagen), destaca as influências do contexto institucional no uso da Internet pelos parlamentares, e chega a várias conclusões relevantes, tais como a da existência de diferentes padrões de alocação de recursos para o uso da Web nos diferentes países. (Nicolas, 2009, p. 39)

Nos Estados Unidos da América, a utilização da internet entre a população é mais difundida¹⁴, as formas de uso pelos políticos mais comuns e com uma maior qualidade, ou seja, um ambiente extremamente propício para o uso da web (Marques, 2007). Já no Brasil a difusão da internet não é tão vasta, um número considerável de políticos não faz uso das ferramentas virtuais, e os contatos entre eleitor e eleito são extremamente reduzidos (Marques, 2007; Góes Ricken, 2009; Nicolas, 2009). Entretanto, o Brasil possui um contingente numeroso de usuários das redes sociais, e tem se tornado um dos líderes no uso de tecnologias de comunicação (Marques, 2010).

Além disso, uma variável importante a ser considerada num estudo sobre o padrão de uso da Web pelos parlamentares dos dois países são os diferentes contextos institucionais que estruturam as relações de representação política. Enquanto os EUA adotam um sistema majoritário de um só turno para a eleição dos seus 451 representantes, o Brasil adota um sistema eleitoral proporcional de lista aberta com grande quantidade de parlamentares por regiões eleitorais, além de uma relação mais frouxa do parlamentar com o eleitor. Como veremos estes fatores, são

¹⁴ Segundo dados da *Millennium Development Goals indications*, os Estados Unidos da América detém, no ano de 2008, 230.630.000 usuários da internet, enquanto que o Brasil, no mesmo ano, tinha 72.027.700 usuários da internet.

elementos importantes na observação dos padrões de uso da internet pelos representantes de ambos os países.

No que se refere às formas de recrutamento, temos dois universos de análise extremamente discrepantes. Nos Estados Unidos da América as formas de recrutamento acontecem num sistema lateral, onde os padrões das elites são mais fluídos, apesar da grande recorrência de padrões elitistas, principalmente no que tange aos níveis de educação e formação profissional das elites (Norris, 1999). Já no caso brasileiro o recrutamento é mais aberto, tanto que vários autores (Marengo dos Santos, 1997; Rodrigues, 2006) afirmam que as elites perderam seus contornos puramente oligárquicos em prol dos estratos médios e baixos da sociedade. Como podemos ver estamos comparando países com diferenças nas formas de composição de suas elites (recrutamento) e com grande discrepância em seus aspectos comportamentais (uso da internet). Por tais motivos a utilização do método comparativo se torna interessante, já que através dele podemos identificar quais as significativas diferenças entre o perfil das elites políticas, e nas formas de uso da internet - “O objetivo da prosopografia comparada, como em toda prosopografia é apreender, através das biografias coletivas, o funcionamento social real das instituições ou dos meios onde agem os indivíduos estudados” (Heinz, 2007, p.48).

Isto posto, podemos delimitar algumas características de nosso universo empírico de análise, que estão sintetizados na tabela 1. Ao todo coletamos sobre perfil sociopolítico e presença online de 1135 parlamentares de ambos os países, sendo 513 deputados federais (45,2%) e 81 senadores brasileiros (7,1%), assim como 441 deputados federais (38,9%) e 100 senadores norte-americanos (8,9%). A distribuição partidária dos parlamentares por partidos políticos durante o período em que se concentrou nossa pesquisa (ou seja, o segundo semestre de 2010), encontra-se sintetizada abaixo:

TABELA 1: DISTRIBUIÇÃO PARTIDÁRIA DOS DEPUTADOS E SENADORES
(BRASIL E EUA, AGREGADO – 2º SEMESTRE DE 2010)

| | | <i>Br/DEP</i> | | <i>Br/SE</i> | | <i>EUA/DEP</i> | | <i>EUA/SE</i> | | <i>TOTAL</i> | |
|--------------|-------------------------------|---------------|-------|--------------|-------|----------------|-------|---------------|-------|--------------|-------|
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 1 | Democratic Party | | | | | 255 | 57,8 | 57 | 57,0 | 312 | 27,5 |
| 2 | Republican Party | | | | | 181 | 41,0 | 41 | 41,0 | 222 | 19,6 |
| 3 | Democratic-Farmer-Labor-Party | | | | | 5 | 1,1 | 0 | ,0 | 5 | ,4 |
| 4 | Independents | | | | | 0 | ,0 | 2 | 2,0 | 2 | ,2 |
| 5 | PMDB | 93 | 18,1 | 20 | 24,7 | | | | | 113 | 10,0 |
| 6 | PT | 79 | 15,4 | 11 | 13,6 | | | | | 90 | 7,9 |
| 7 | DEM | 57 | 11,1 | 15 | 18,5 | | | | | 72 | 6,3 |
| 8 | PSDB | 54 | 10,5 | 13 | 16,0 | | | | | 67 | 5,9 |
| 9 | PR | 43 | 8,4 | 3 | 3,7 | | | | | 46 | 4,1 |
| 10 | PP | 41 | 8,0 | 1 | 1,2 | | | | | 42 | 3,7 |
| 11 | PSB | 28 | 5,5 | 3 | 3,7 | | | | | 31 | 2,7 |
| 12 | PDT | 22 | 4,3 | 5 | 6,2 | | | | | 27 | 2,4 |
| 13 | PTB | 20 | 3,9 | 5 | 6,2 | | | | | 25 | 2,2 |
| 14 | PSC | 16 | 3,1 | 1 | 1,2 | | | | | 17 | 1,5 |
| 15 | PV | 15 | 2,9 | 1 | 1,2 | | | | | 16 | 1,4 |
| 16 | PPS | 14 | 2,7 | | | | | | | 14 | 1,2 |
| 17 | PCdoB | 12 | 2,3 | 1 | 1,2 | | | | | 13 | 1,1 |
| 18 | PRB | 6 | 1,2 | 1 | 1,2 | | | | | 7 | ,6 |
| 19 | PMN | 4 | ,8 | | | | | | | 4 | ,4 |
| 20 | PSOL | 3 | ,6 | 1 | 1,2 | | | | | 4 | ,4 |
| 21 | PHS | 3 | ,6 | | | | | | | 3 | ,3 |
| 22 | PTC | 2 | ,4 | | | | | | | 2 | ,2 |
| 23 | PTdoB | 1 | ,2 | | | | | | | 1 | ,1 |
| TOTAL | | 513 | 100,0 | 81 | 100,0 | 441 | 100,0 | 100 | 100,0 | 1135 | 100,0 |

FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa a partir da base de dados do grupo de pesquisa

Podemos observar pela tabela 1 duas características bastante distintas dos sistemas políticos dos países analisados. Enquanto o sistema partidário dos EUA é predominantemente bipartido e dominado por duas grandes agremiações, Democratas (57,8% EUA/DEP e 57% EUA/SEN), e Republicanos (41% EUA/DEP e 41% EUA/SEN), no caso brasileiro temos um sistema partidário altamente fragmentado¹⁵, com 19 legendas representadas na Câmara dos Deputados e 16

¹⁵ Em referência a alta fragmentação da representação partidária brasileira cf. RODRIGUES (2002).

legendas no Senado Federal, sendo PMDB o partido com maior representação, perfazendo apenas de 18,3% das cadeiras da Câmara dos Deputados e 24,7% das cadeiras do Senado Federal.

Adentrando efetivamente ao nosso objeto de pesquisa, ou seja, aos padrões de uso da web pelos parlamentares (tabela 2), podemos observar que os usos de websites pelos parlamentares dos dois países são discrepantes, tanto na forma de presença online, como no uso de recursos disponibilizados pela web.

TABELA 2: USO DAS FERRAMENTAS VIRTUAIS PELAS ELITES PARLAMENTARES DE BRASIL X EUA (2ºSEM/2010)

| | BR/DEP | | BR/SE | | EUA/DEP | | EUA/SE | | TOTAL | |
|---|--------|-------|-------|-------|---------|-------|--------|-------|-------|-------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| Tem email pessoal? | | | | | | | | | | |
| Não | 0 | ,0 | 0 | ,0 | 352 | 79,8 | 100 | 100,0 | 452 | 39,8 |
| Sim | 513 | 100,0 | 81 | 100,0 | 89 | 20,2 | 0 | ,0 | 683 | 60,2 |
| Tem website? | | | | | | | | | | |
| Não | 88 | 17,2 | 1 | 1,2 | 3 | ,7 | 1 | 1,0 | 93 | 8,2 |
| Sim | 425 | 82,8 | 80 | 98,8 | 438 | 99,3 | 99 | 99,0 | 1042 | 91,8 |
| Site no ar em fevereiro de 2011? | | | | | | | | | | |
| Não | 169 | 32,9 | 15 | 18,5 | 67 | 15,2 | 12 | 12,0 | 263 | 23,2 |
| Sim | 344 | 67,1 | 66 | 81,5 | 374 | 84,8 | 88 | 88,0 | 872 | 76,8 |
| Tipo predominante de website | | | | | | | | | | |
| Sem website/outros | 88 | 17,2 | 1 | 1,2 | 3 | ,7 | 1 | 1,0 | 93 | 8,2 |
| Website pessoal | 380 | 74,1 | 29 | 35,8 | 24 | 5,4 | 1 | 1,0 | 434 | 38,2 |
| Website institucional | 9 | 1,8 | 48 | 59,3 | 413 | 93,7 | 98 | 98,0 | 568 | 50,0 |
| Blog | 36 | 7,0 | 3 | 3,7 | 1 | ,2 | 0 | ,0 | 40 | 3,5 |
| Usa mídias sociais? | | | | | | | | | | |
| Não | 177 | 34,5 | 23 | 28,4 | 62 | 14,1 | 25 | 25,0 | 287 | 25,3 |
| Sim | 336 | 65,5 | 58 | 71,6 | 379 | 85,9 | 75 | 75,0 | 848 | 74,7 |
| Sim | 513 | 100,0 | 81 | 100,0 | 441 | 100,0 | 100 | 100,0 | 1135 | 100,0 |

FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

Através da tabela 2 podemos coletar evidências sobre a existência de diferentes padrões de uso da Web pelas elites parlamentares de cada um dos países. Observamos inicialmente que virtualmente a totalidade dos parlamentares norte-americanos já se encontra online (99,3 % EUA/DEP e 99% EUA/SE). No Brasil observamos um padrão disforme, enquanto os Senadores brasileiros mantêm índices semelhantes aos representantes americanos (98,8% com páginas virtuais), os Deputados Federais brasileiros ainda tem um alto índice de parlamentares digitalmente excluídos (17,2%). Talvez tal índice demonstre a natureza embrionária do uso da internet no Brasil (Recuero, 2009) pelos políticos, já que essa ferramenta

ainda é considerada supérflua por uma parcela considerável dos Deputados Federais brasileiros.

No que se refere aos tipos de websites políticos, verificamos que existe uma predominância no uso de websites institucionais, ou seja, hospedados no domínio das casas legislativas analisadas¹⁶. Tanto os BR/SE (59,3%), EUA/DEP (93,7%) e os EUA/SE (98%) fazem um uso recorrente de websites institucionais. O padrão destoante é encontrado entre os BR/DEP que em 74,1% dos casos fazem uso de websites pessoais, seguido do uso de blogs em 7% dos casos.

Outro dado relevante que podemos observar pela tabela 2 é uso do e-mail como forma de contato entre o político e o cidadão. No caso brasileiro vemos que todos os representantes políticos, sejam eles Senadores ou Deputados Federais, disponibilizam seus e-mails ao público em geral, enquanto que no caso americano os parlamentares acabam fazendo uso de formulários de contato, que são formas mais indiretas e formalizadas de correspondência com seus eleitores. Nesse quesito é interessante ressaltarmos o papel das Casas Legislativas brasileiras nas formas de padronização do uso de contatos, já que o parlamentar que passa a ocupar uma cadeira na Câmara dos Deputados ou no Senado Federal passa de pronto a fazer uso de um e-mail institucional fornecido pelas Casas Legislativas.

Por fim, poderíamos comentar sobre o uso de mídias ou redes sociais. Nesse quesito observamos um padrão semelhante entre os países analisados, pois tanto Brasil como EUA fazem um uso recorrente dessas ferramentas. No caso brasileiro os BR/DEP usam as mídias sociais em 65,5% dos casos analisados, enquanto que os BR/SE em 71,6% das situações. No caso americano essas ferramentas são utilizadas em 85,9% dos EUA/DEP e 75% dos EUA/SE. Tal situação demonstra que o uso de mídias sociais tem se tornado recorrente no meio político, principalmente como forma de contato e interação entre representantes e representados (Recuero, 2009).

Com base na definição de nosso universo de pesquisa, consubstanciado na tabela 1, construímos uma planilha com todos os parlamentares atuantes nos parlamentos norte-americano e brasileiro, acompanhadas das frequências das

¹⁶ A diferenciação entre site institucional e site pessoal pode ser entendida nas palavras de Nicolás (2009) como: "(...) websites institucionais, ou seja, hospedados nos domínios da instituição e que geralmente possui um formato-padrão, previamente fixado pela instituição", e websites pessoais, como: "(...)websites pessoais, que geralmente possibilitam um maior grau de autonomia aos parlamentares no tocante às definições de webdesign e de seu conteúdo." (Nicolás, 2009, p. 75)

variáveis pesquisadas nos portais dos órgãos parlamentares e/ou nos websites pessoais dos deputados e senadores. No tocante à análise de conteúdo das informações contidas nos portais dos órgãos parlamentares e nos websites pessoais, procuraremos utilizar como parâmetro para a avaliação das informações disponíveis a ficha prosopográfica de acompanhamento elaborada por nosso grupo de pesquisa e inserida no anexo¹⁷. A ficha prosopográfica contém as informações mais relevantes para uma apreensão sintética do perfil do parlamentar pelo eleitor, na medida em que não apresenta informações acessórias, extremamente comuns de serem encontradas nos websites parlamentares oficiais. Assim procedemos porque, como dissemos anteriormente, essa dimensão mais “informacional” do uso da web pelos atores políticos tem sido frequentemente negligenciada nos estudos sobre o uso da internet por parte das elites políticas, os quais tendem a se concentrar mais nos mecanismos de “participação e interação” (Norris, 2000; Leston-Bandeira, 2009)”.

2.2 ANÁLISE DE DADOS: ELITE PARLAMENTAR BRASILEIRA E NORTE-AMERICANA.

2.2.1. Perfil social e biográfico dos parlamentares dos EUA e Brasil.

Na intenção de avaliarmos nossa primeira dimensão de dados, ou seja, elementos referentes ao perfil das elites analisadas, precisamos inicialmente mensurar o grau de presença dessas informações nos sites institucionais do parlamento brasileiro e norte-americano. Para esta mensuração faremos uso de variáveis largamente utilizadas em estudos de recrutamento parlamentar, que são: (i) os atributos inatos, e os (ii) atributos adquiridos (Braga & Nicolás, 2007; Perissinotto, Costa & Tribess, 2008). Os atributos inatos são características que independem do processo de socialização das elites, sendo intrínsecas aos indivíduos, entre esses destacam-se: sexo, idade, cor de pele. Já os atributos

¹⁷ A ficha prosopográfica está contida no anexo desta dissertação. Quando as informações contidas nos portais das casas legislativas fossem consideradas confiáveis e satisfatórias para o preenchimento dos itens contidos na ficha, computamo-las como “informações satisfatórias” (IS) sobre determinado item ou variável.

adquiridos são características conquistadas pelas elites no processo de socialização, como religião, estado civil, escolaridade, profissão, patrimônio e outras.

A tabela 3 nos fornece as frequências de algumas informações disponibilizadas nos portais legislativos e websites dos parlamentares sobre variáveis referentes ao perfil social destes atores:

TABELA 3: INFORMAÇÕES DISPONÍVEIS (EM %) DA WEB SOBRE PERFIL DAS ELITES PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA

| | BR/DEP | BR/SEM | EUA/DEP | EUA/SEN |
|---|--------|--------|---------|---------|
| I) PERFIL SOCIAL/ATRIBUTOS INATOS | | | | |
| Foto | 98,2 | 100,0 | 99,8 | 100,0 |
| IS/Chefe de família | 80,5 | 51,9 | 9,3 | 5,0 |
| Profissão pais | 8,6 | 23,5 | 16,6 | 2,0 |
| Data de nascimento | 98,8 | 97,5 | 23,6 | 23,0 |
| Local de nascimento | 93,8 | 97,5 | 56,5 | 51,0 |
| II) PERFIL SOCIAL/ATRIBUTOS ADQUIRIDOS | | | | |
| IS/Religião | 5,3 | 4,9 | 12,5 | 10,0 |
| Estado civil | 16,2 | 81,5 | 80,7 | 71,0 |
| IS/Escolaridade | 86,7 | 90,1 | 77,1 | 56,0 |
| Instituições em que estudou | 78,9 | 75,3 | 79,6 | 70,0 |
| IS/atividade profissional | 81,7 | 80,2 | 70,5 | 46,0 |

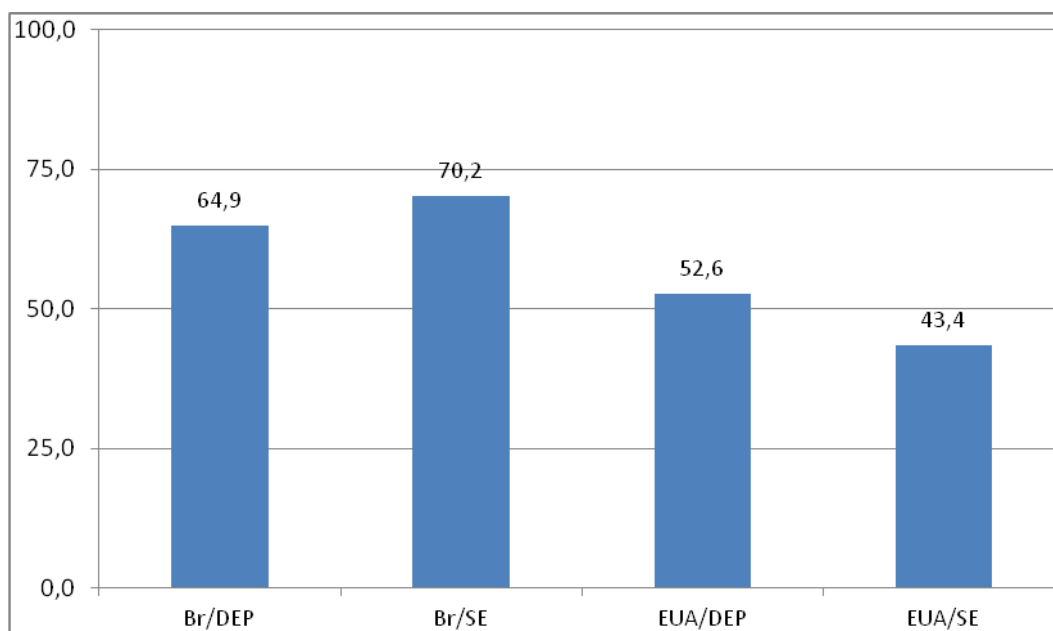
FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

Em referência aos dados demonstrados pela tabela 3, podemos verificar que algumas informações sobre o perfil parlamentar são colocadas em destaque por ambas as casas legislativas, como: foto do parlamentar e instituição superior em que o parlamentar se graduou. Essas informações são vinculadas de maneira semelhante pelo parlamento brasileiro e norte-americano e demonstraram-se de extrema importância para a definição do perfil político de cada um dos países.

Entretanto, existem algumas informações que foram encontradas de forma destoante entre as casas legislativas analisadas. A casa legislativa brasileira dá grande ênfase as informações sobre o parentesco dos parlamentares (80,5% dos BR/DEP e 51,9% dos BR/SE), data de nascimento (98,8% dos BR/DEP e 97,5% dos BR/SE), local de nascimento (93,8% dos BR/DEP e 97,5% dos BR/SE), e escolaridade do parlamentar (86,7% dos BR/DEP e 90,1% dos BR/SE). Enquanto que a casa legislativa norte-americana, dá maior ênfase as informações referentes: a religião (12,5% entre os EUA/DEP e 10% entre os EUA/SE) e estado civil dos parlamentares (80,7% dos EUA/DEP e 71% dos EUA/SE).

Os resultados referentes a disponibilização das informações sobre o perfil das elites políticas estudadas se materializa no gráfico 1. Para a formulação desse índice houve a desconsideração de itens cuja frequência observada foi próxima de zero.

GRÁFICO 1 - INFORMAÇÕES SOBRE O PERFIL SOCIAL NOS WEBSITES DAS CASAS LEGISLATIVAS (ATRIBUTOS INATOS E ADQUIRIDOS)



FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

A presença de informações sobre o perfil se apresenta relativamente disforme entre as elites estudadas. O site institucional da Câmara dos Deputados e do Senado Federal brasileiros apresenta as informações sobre o perfil social dos BR/DEP em 64,9% dos casos, e entre os BR/SE em 70,2%. Em comparação a House of Representatives e a U.S Senate, através de seus sites institucionais, apresenta em 52,6% dos casos informações sobre os EUA/DEP, e em 43,4% sobre os EUA/SE. Apesar da prevalência das informações a cerca do perfil social das elites serem mais difundida no site institucional brasileiro, podemos afirmar que tais informações são colocadas ao público de forma superficial em ambos os parlamentos.

Em conclusão, podemos afirmar que os padrões de disposição de informações feita pelas casas legislativas são relativamente discrepantes, principalmente na sua forma de vinculação, existindo o privilégio de algumas informações frente a outras. Podemos destacar também que o Senado Federal

brasileiro e a Câmara dos Deputados, como comprovado pelo gráfico 3, são as casas legislativas que mais vinculam informações sobre seus parlamentares, em contraposição as casas legislativas norte-americanas que deixam a desejar nesse quesito.

2.2.2. Trajetória política dos deputados e senadores dos EUA e Brasil.

Neste subitem do trabalho pretendemos avaliar o grau de presença de informações referentes à trajetória política e a socialização dos parlamentares analisados, determinando assim, a presença de informações e avaliando seus graus. Essa mensuração é muito recorrente em estudos de recrutamento e geralmente utilizada como formalização de categorias que definem as atividades políticas dos parlamentares antes da sua entrada no cargo eletivo (Marengo dos Santos, 2007). Pretendemos avaliar as informações coletadas nos sites institucionais e mensurar sua abrangência para a construção de um perfil político, partidário e ideológico das elites. As variáveis mais relevantes para essa mensuração serão: período de entrada na política, trajetória política prévia, cargos ocupados na administração pública, filiação partidária, filiações anteriores e capital social.

Quando nos referimos às informações referentes à trajetória política dos parlamentares pretendemos avaliar quais os caminhos de entrada do agente político dentro da arena decisória, e através dessa mensuração avaliar formas de comportamento desse parlamentar na hora de sua tomada de decisão. A literatura tem convencionado a afirmar que a trajetória política é um requisito necessário para a eleição e reeleição dos agentes políticos, já que através da experiência é que os indivíduos fortalecem seu capital político, criam prestígio junto à população, tornam-se pessoas conhecidas, ou até mesmo, fazem uso de seus cargos anteriores como uma “vitruve” ou um “trampolim para cargos políticos de maior destaque (Braga & Nicolas, 2007; Felisbino, 2009). A conclusão mais comum entre os autores que tratam do recrutamento político é que a conquista de cargos na estrutura do poder prescinde de uma longa trajetória, além de tempo de treinamento, sendo a experiência política prévia um facilitador da inserção dos agentes nos cargos eletivos (Felisbino, 2009; Marengo dos Santos, 1997).

Adentrando de forma mais substancial nas informações disponibilizadas sobre a trajetória dos parlamentares analisados, tomemos como referência a tabela 4.

TABELA 4: INFORMAÇÕES DISPONÍVEIS (EM %) NA WEB SOBRE A TRAJETÓRIA POLÍTICA DAS ELITES PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA

| | BR/DEP | BR/SE | EUA/DEP | EUA/SEN |
|---|--------|-------|---------|---------|
| III) Comportamento a partir dos perfis | | | | |
| Destaque para votação | 9,4 | 8,6 | ,0 | ,0 |
| IS/Via de entrada na política | 94,0 | 86,4 | 86,2 | 73,0 |
| Ano de entrada | 95,7 | 75,3 | 65,3 | 57,0 |
| Local de entrada | 93,0 | 87,7 | 74,8 | 76,0 |
| Mandatos exercidos | 94,5 | 84,0 | 73,2 | 63,0 |
| Destaque para legislatura | 91,4 | 51,9 | 25,6 | 14,0 |
| IS/carlos legislativos | 93,6 | 80,2 | 69,8 | 34,0 |
| Destaque para cargos | 62,8 | 35,8 | ,5 | 4,0 |
| IS/cargos | 64,7 | 69,1 | 21,8 | 48,0 |
| Destaque para filiações | 88,7 | 39,5 | ,2 | ,0 |
| IS/vinculos associativos | 62,0 | 25,9 | 17,5 | 1,0 |
| IS/atividade intelectual | 23,4 | 39,5 | 2,5 | 2,0 |

FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

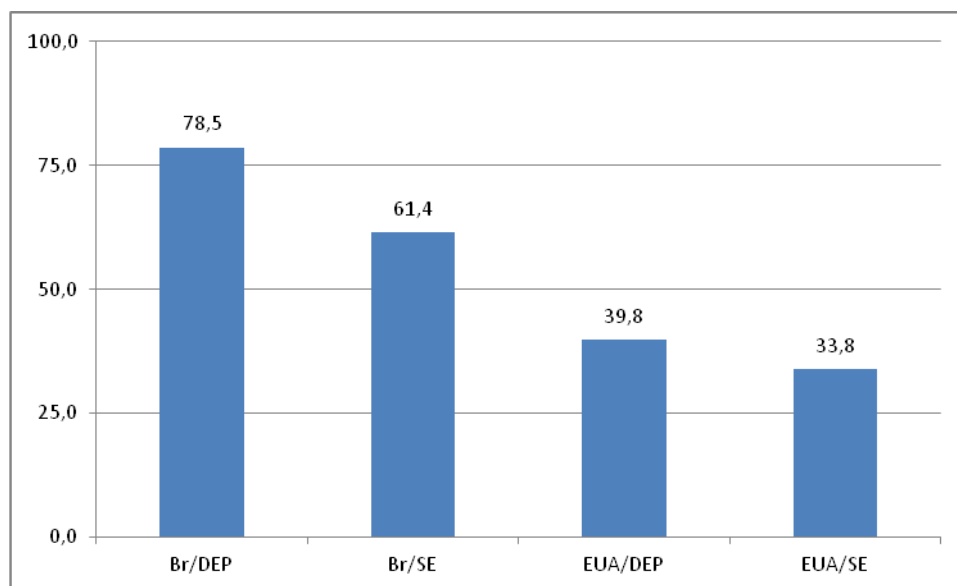
Podemos visualizar pela tabela 4 que o único índice semelhante¹⁸ entre as quatro casas legislativas se refere: “a via de entrada do agente na política” (BR/DEP – 94%, BR/SE - 86,4%, EUA/DEP - 86,2%, EUA/SE – 73%), nas demais informações, existe uma efetiva preponderância das informações vinculadas pelo parlamento brasileiro em comparação ao parlamento norte-americano, que por vezes relega informações importantes sobre a trajetória política de seus componentes.

O Senado Federal e Câmara dos Deputados do Brasil, em comparação com as casas legislativas norte-americanas, disponibilizam com maior frequência todas as variáveis analisadas. Além disso, os índices de disponibilização de informações são altos, o que demonstra a grande preocupação dos órgãos legislativos brasileiros, especialmente da Câmara dos Deputados, na vinculação de informações sobre seus componentes.

O gráfico 2 demonstra como as casas legislativas americana e brasileira vinculam as informações referentes a trajetória política de seus componentes.

¹⁸ Apesar se próximos, observamos que o site do Senado Federal e Câmara dos Deputados do Brasil sempre obtém índices de disponibilização de informações sobre a trajetória política superiores ao site da House of Representatives e do U.S. Senate.

GRÁFICO 2 - INFORMAÇÕES SOBRE A TRAJETÓRIA POLÍTICA NOS WEBSITES DAS ELITES PARLAMENTARES DO BRASIL E EUA (2º SEM. 2010)



FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

Fazendo uma comparação inicial entre os sites institucionais americanos (EUA/DEP, 39,8%; EUA/SE, 33,8%) e o brasileiros (BR/DEP, 78,5%; BR/SE, 61,4%) podemos constatar que a disponibilização de informações concernente ao perfil das elites se demonstrou assimétrica.

Percebemos que os sites institucionais americanos vinculam informações sobre a trajetória política de forma muito superficial e sem um padrão comum a todos os parlamentares, deixando a cargo de cada político informar ou não sua trajetória anterior, através de sua biografia. De forma diferente portam-se as casas legislativas brasileiras, que padronizam boa parte das informações de perfil, criando na página do Congresso um formulário padrão¹⁹ de preenchimento, onde constam informações sobre cargos ocupados pelo político, filiações partidárias anteriores, ou seja, dados importantes na definição da trajetória parlamentar.

Através dessas análises podemos afirmar que as casas legislativas americanas sofrem um déficit de informações referente ao perfil de suas elites, tanto que em todos os índices analisados, nenhuma variável da House of Representatives ou do U.S. Senate superou o parlamento brasileiro. Em

¹⁹ Segundo Nicolás (2009), ao início de cada legislatura são aplicados questionários aos deputados empossados, que serviram de base para os dados disponibilizados no Portal da Câmara dos Deputados.

decorrência dessa falta informações acerca da trajetória política poderíamos concluir que a disposição dos dados feita pelo parlamento americano dificulta uma série de conclusões sobre a trajetória política de suas elites.

2.2.3 Comportamento político e uso da Web pelos parlamentares dos EUA e Brasil.

Geralmente os estudos de comportamento político fazem uso de um viés de análise mais tradicional, averiguando como os políticos se portam dentro da arena decisória. No entanto, a pesquisa que desenvolvemos considera como comportamento político a maneira com a qual os parlamentares se comportam no uso da internet, através de suas páginas pessoais, e como os órgãos legislativos vinculam informações sobre seus representantes.

Para a verificação da devida associação entre perfil das elites e suas formas de comportamento no ambiente virtual tomamos como fonte as informações contidas nos websites das casas legislativas e informações derivadas das páginas pessoais dos parlamentares. Através desses dados avaliamos as seguintes variáveis: disponibilização de e-mail, endereço de gabinete, informações constantes nos perfis sobre o uso dos websites pessoais ou institucionais, telefone para contato, acesso rápido para proposições legislativas, projetos de lei, requerimentos, emendas ao orçamento, discursos, votação nominal, presença em plenário, dentre outras informações que, embora aparentemente triviais, são de fundamental importância para agregar transparência e accountability aos trabalhos parlamentares (Norris, 2001; Beentham, 2006).

Segundo Nicolás (2009) é de fundamental importância para a institucionalização da democracia e para a agregação de accountability aos sistemas políticos, que informações referentes aos mandatos dos parlamentares estejam disponíveis online, mesmo que essas não tenham alto índice de agregação, pois isso permite aos cidadãos acesso as informações não apenas sobre quem decide, mas também sobre o que se decide. Estando de posse dessas informações podemos entender como os membros do parlamento estão se comportando durante o processo de decisão política, e mais, como os agentes políticos se portam diante de seus representados e da opinião pública.

Devemos ressaltar, entretanto, que apesar da grande disponibilização de informações realizada pelas casas legislativas do Brasil sobre suas elites, observamos que existe uma preponderância na divulgação das informações dos BR/DEP (73%) sobre os BR/SE (65,3%), tal situação poderá ser bem visualizada na tabela 5.

TABELA 5: INFORMAÇÕES SOBRE COMPORTAMENTO POLÍTICO NOS WEBSITES DAS ELITES PARLAMENTARES DO BRASIL E EUA (2º SEM. 2010)

| | BR/DEP | BR/SE | EUA/DEP | EUA/SEN |
|---|--------|-------|---------|---------|
| COMPORTAMENTO A PARTIR DOS PERFIS | | | | |
| Gabinete | 95,7 | 81,5 | 88,4 | 100,0 |
| Existência de website | 15,0 | 97,5 | 86,4 | 100,0 |
| Fone | 95,5 | 82,7 | 90,7 | 100,0 |
| Link para discursos | 95,3 | 95,1 | 27,0 | 76,0 |
| Votação nominal | 99,8 | 96,3 | 42,6 | 86,0 |
| Presença em plenário | 99,8 | 1,2 | 7,7 | 23,0 |
| Atividades nas comissões | 99,8 | 1,2 | 15,2 | 78,0 |
| Projetos de lei | 99,8 | 96,3 | 59,2 | 78,0 |
| Outras proposições | 96,9 | 96,3 | 54,2 | 25,0 |
| Clipping | 0,2 | 95,1 | 58,5 | 57,0 |
| Requerimento | 72,5 | 95,1 | 13,4 | 15,0 |
| Leis aprovadas | ,0 | ,0 | 33,3 | 12,0 |
| Emenda ao orçamento | ,0 | ,0 | 2,7 | ,0 |
| Emendas executadas | ,0 | ,0 | 2,0 | ,0 |
| Destaque para cargo ocupado | 96,3 | 98,8 | 54,6 | 100,0 |
| Verba indenizatória/gabinete | ,0 | 98,8 | ,5 | ,0 |
| Cadastro para acompanhamento | 3,9 | 27,2 | 68,9 | ,0 |
| COMPORTAMENTO A PARTIR DOS PORTAIS | | | | |
| Votação nominal | 100,0 | 100,0 | 96,6 | 100,0 |
| Presença em plenário | 100,0 | ,0 | 73,2 | 100 |
| Presença nas comissões | 100,0 | ,0 | 98 | 100,0 |
| Projetos de lei | 100,0 | 100,0 | 96,4 | 100,0 |
| Outras proposições | 100,0 | 100,0 | 82,8 | 100,0 |
| Cargo ocupado | 100,0 | 100,0 | 70,5 | 100,0 |
| Cadastro para acompanhamento | 100,0 | ,0 | ,0 | ,0 |

FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

A tabela 5 avalia a disposição de informações sobre o comportamento das elites de duas formas diferentes: (i) através da disponibilização de informações nos perfis parlamentares, e (ii) as informações presentes nos portais das casas legislativas.

No que se refere à disponibilização de informações presentes nos perfis parlamentares, observamos que as casas legislativas brasileiras mantêm um alto índice de elementos de accountability em comparação as casas legislativas norte-americanas, que deixam de disponibilizar uma série de informações relevantes sobre a atuação de seus parlamentares. Podemos observar pelos dados, que informações como: link para discursos, votações nominais, projetos de lei, proposições, requerimentos, estão muito mais presentes no perfil dos parlamentares brasileiros do que dos parlamentares norte-americanos. Apesar disso, o perfil dos representantes brasileiros deixa a desejar em quesitos como: emendas de orçamento, leis aprovadas, emendas executadas, que seriam informações extremamente relevantes para a determinação da forma com a qual os parlamentares vem se portando na arena política.

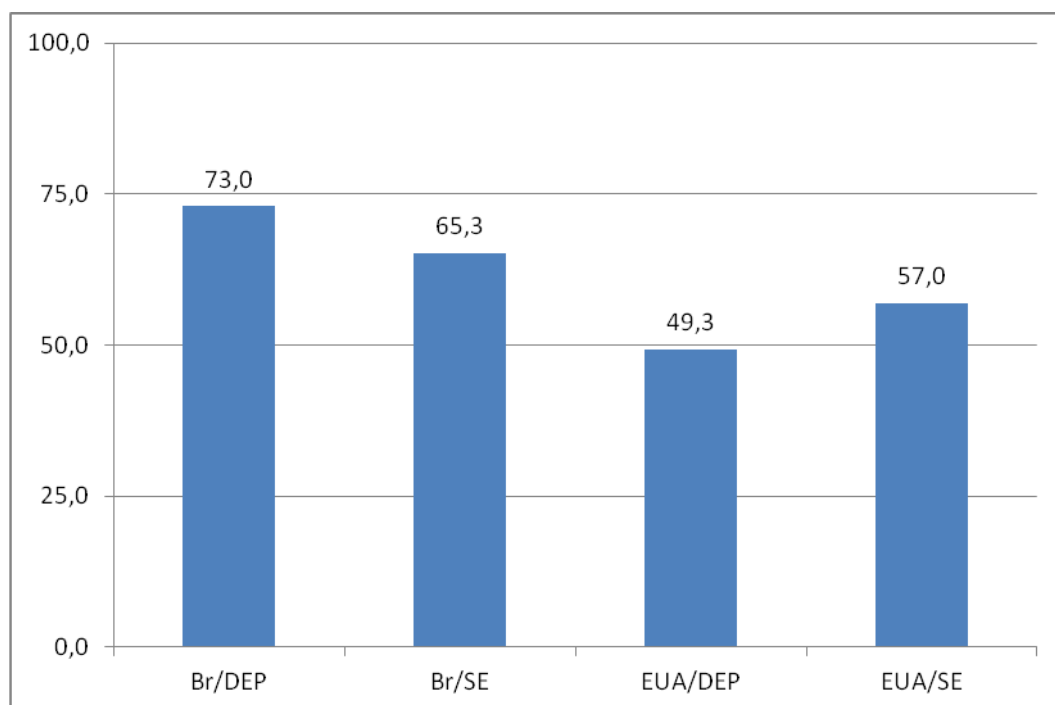
Pela análise da tabela 5 podemos verificar que variáveis como: localização do gabinete e telefone de contato, obtiveram percentagens semelhantes e próximas aos valores máximos, tanto no caso americano como no caso brasileiro.

No que se refere às informações presentes nos portais das casas legislativas analisadas, podemos identificar um padrão uniforme entre EUA e Brasil. Informações sobre: votações nominais, projetos de lei apresentados, proposições, cargos ocupados no parlamento obtiveram, índices percentuais muito semelhantes, apesar da continua prevalência das casas legislativas brasileiras.

Apesar da prevalência do Senado Federal e da Câmara dos Deputados do Brasil em todos os quesitos analisados, a House of Representatives, também alcançou percentuais significativos na disponibilização de informações sobre suas elites. Podemos observar que entre os EUA/DEP, a única variável que não obteve percentual máximo foi: “cadastro para acompanhamento”.

Dando seguimento a nossas análises, podemos observar o gráfico 3, que ilustra o grau de disponibilidade de informações relevantes para o estudo do comportamento políticos dos parlamentares nas casas legislativas. Tomando como fonte o perfil disponibilizado pelos parlamentares, e informações vinculadas nos websites institucionais das casas legislativas.

GRÁFICO 3 - INFORMAÇÕES SOBRE COMPORTAMENTO POLÍTICO NOS WEBSITES DAS ELITES PARLAMENTARES DO BRASIL E EUA (2º SEM. 2010)



FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

O gráfico 3 demonstra de maneira reiterada que as informações referentes as elites parlamentares são muito mais difundidas no Brasil que nos EUA, demonstrando principalmente que os sites institucionais brasileiros se tornaram referência nas questões de accountability. A Câmara dos Deputados brasileira atingiu 73% de disponibilização de informações referentes ao comportamento parlamentar, e o Senado Federal, 65,3%. Em contraposição, a House of Representatives disponibiliza apenas 49,3% das informações sobre seus representantes e o U.S. Senate 57%. Essa constatação comprova que as casas legislativas dos EUA relegam a opinião pública elementos básicos e importantes sobre a atuação dos deputados e senadores, não disponibilizando tais informações através de um acesso eficiente e rápido.

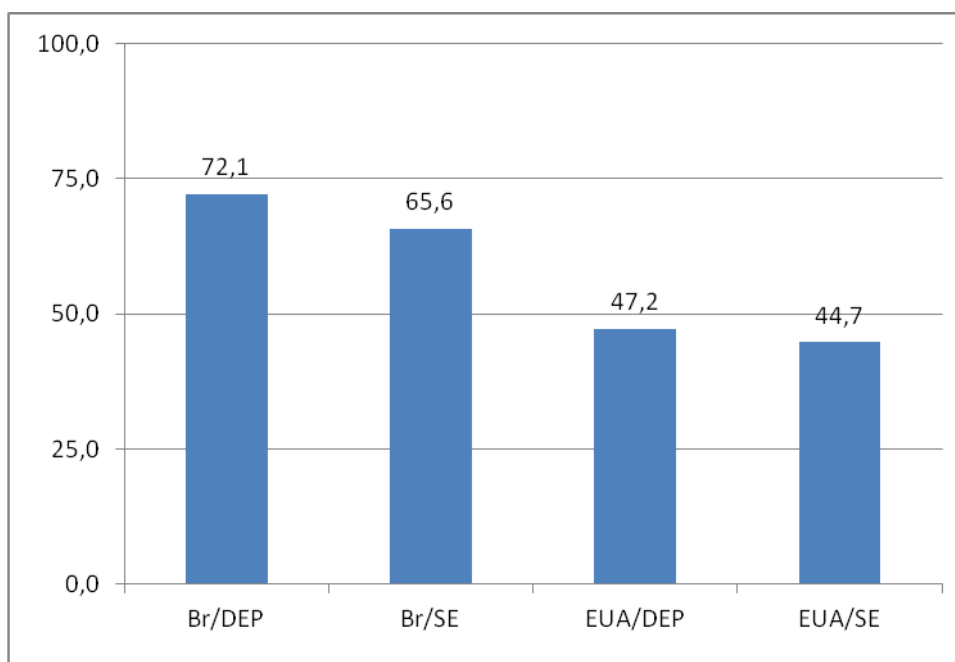
Como conclusão, podemos observar, que a Câmara dos Deputados brasileira, e por consequência os BR/DEP, obtiveram valores percentuais máximos em todas as variáveis utilizadas. Poderíamos dizer que a Câmara dos Deputados do Brasil, pelo menos em termos gerais, é o exemplo emblemático do uso da internet (Marques, 2009; Braga, 2007; Marques & Miola, 2007; Marques, 2008), principalmente na prestação de contas sobre o comportamento de seus

componentes. Tal constatação vai de encontro com nossas análises iniciais, que colocavam as casas legislativas do Brasil com índices significativos no uso da accountability.

2.2.4. Índice de transparência dos websites legislativos.

Compilando nossas análises passemos a criar um índice de transparência dos websites legislativos, tentando cotejar elementos de accountability apresentados nos sites analisados. Através da agregação dos percentuais de informação demonstrados, pela coleta de dados, sobre as elites parlamentares brasileiras e norte-americanas, procuraremos avaliar o nível de transparência dos websites institucionais. Para a formalização desse índice de transparência tomamos como base o trabalho de Nicolás (2009) sobre o uso da internet pelas elites política sul americanas. Com essa metodologia pudemos averiguar o grau de transparência e accountability dos sites pesquisados, conforme o gráfico 4:

GRÁFICO 4 - ÍNDICE DE TRANSPARÊNCIA E ACCOUNTABILITY NOS WEBSITES INSTITUCIONAIS DO BRASIL E EUA (2º SEM. 2010)



FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

O gráfico 4 demonstra o que podemos chamar de índice de transparência dos websites legislativos brasileiros e americanos. Pelos resultados podemos

constatar que o Brasil tem um índice de transparência elevado, havendo prevalência entre os BR/DEP (72,1%), seguido de perto pelos BR/SE (65,6%). Enquanto isso, os websites dos parlamentos do EUA mantêm um índice reduzido de transparência com 47,2% entre os EUA/DEP e 44,7% dos EUA/SE. Essa assimetria identificada entre o parlamento brasileiro e norte-americano foi muito influenciada pelos baixos resultados de disponibilização de informações sobre o perfil parlamentar (tabela 3), trajetória política (tabela 4) e comportamento político (tabela 5).

Esse resultado demonstra que os websites brasileiros do Senado Federal e Câmara dos Deputados, em direta comparação com os websites institucionais norte-americanos, se mostram mais transparentes e com alta vinculação de informações²⁰ importantes sobre os parlamentares e suas atuações. Talvez uma das explicações plausíveis para essa diferença é que os websites brasileiros centralizam e padronizam as informações, fazendo com que dados sobre perfil dos políticos e suas atuações sejam controladas e divulgadas pelos portais das casas legislativas, situação que estreita a interação entre representantes e representados, além de facilitar a consulta do pesquisador. Segundo Nicolás (2009), tal padronização evidência um elevado grau de comprometimento da Mesa Diretora das casas legislativas brasileiras e de seus gestores com a transparência de seu processo decisório e deliberativo, atitude importante para uma maior institucionalização dos órgãos legislativos.

2.3 CONCLUSÕES

Como conclusão podemos observar um padrão destoante entre as democracias e elites analisadas. Observamos um nível de fragmentação partidária maior na democracia brasileira, assim como um alto nível de diversificação das elites, com padrões muito diferentes no que se refere aos perfis sociais e trajetórias.

No que se refere ao uso da internet pelas elites políticas, observamos que os

²⁰ Segundo Marques (2010): “(...) Câmara se apresenta como uma das mais bem-sucedidas experiências de democracia digital no Brasil (Braga, 2007; Marques e Miola, 2007; Marques, 2008) e no mundo (ONU, 2008), merecendo destaque por conta da variedade de canais de participação que torna disponível (bate-papo, fóruns, comentário a notícias, encaminhamento de mensagens a parlamentares, dentre outros dispositivos)”. (Marques, 2010, p. 84)

parlamentares norte-americanos têm uma prevalência no uso de websites e redes sociais, em comparação aos brasileiros que tem um grande contingente de parlamentares excluídos dos meios digitais.

Em nossa análise sobre a disponibilização de informações nos sites institucionais das casas legislativas, observamos que a House of Representatives e o U.S. Senate deixam a desejar na inserção de informações sobre perfil social, trajetória política, comportamento político e accountability de suas elites. Tal situação fragiliza uma série de conclusões a cerca do perfil socioeconômico e político das elites americanas, assim como de seu comportamento na arena decisória. Apesar dos sites institucionais dos EUA deixarem a desejar em uma série de quesitos, poderemos observar no capítulo seguinte que as páginas pessoais dos políticos americanos acabam por suprir essas necessidades.

Por conseguinte, podemos concluir que tanto os sites institucionais da Câmara dos Deputados como do Senado Federal brasileiro são ótimos exemplos no uso da internet, assim como afirma Marques (2010) em seus estudos sobre os mecanismos de participação. O grau de disponibilidade de informações sobre perfil social, trajetória política e comportamento dos parlamentares brasileiros nos websites institucionais das casas legislativas é significativo e, considerados altos. Tal situação pode ser explicada por uma série de fatores, entre eles a padronização das informações prestadas pelo parlamento brasileiro sobre seus componentes, o que enseja um aumento significativo do índice de transparência e accountability calculado no decorrer do capítulo.

3. ENTRE A INFORMAÇÃO E A MOBILIZAÇÃO: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO ON-LINE PELAS ELITES PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA.

Após a determinação de nosso objeto de pesquisa, e da avaliação das informações disponibilizadas sobre as elites parlamentares brasileiras e norte-americanas na internet, passemos a avaliar como as elites políticas estão se comportando no meio virtual.

O objetivo principal deste capítulo é mapear as formas de uso da internet pelos deputados e senadores do Brasil e EUA. Esse objetivo de ordem mais geral desdobra-se em dois objetivos específicos: (i) analisar o conteúdo aos websites das elites, visando avaliar o tipo de uso que foi feito das ferramentas virtuais; (ii) destacar alguns casos emblemáticos no uso das ferramentas virtuais pelas elites analisadas (Peixoto, 2009).

Para cumprir estes objetivos, organizaremos nossa exposição da seguinte forma: (i) inicialmente, apresentaremos a metodologia de análise de conteúdo dos websites dos deputados e senadores, elaborada a partir das contribuições de lasulatis (2007), Braga, França & Nicolás (2009, 2010), e de Ferber e seus colaboradores (Ferber, 2009); (ii) em seguida, apresentaremos os resultados de nossa pesquisa, a partir da aplicação da metodologia anteriormente exposta.

3.1 METODOLOGIA DE ANÁLISE

Para a avaliação do comportamento parlamentar na utilização da internet fizemos uso de uma metodologia desenvolvida no Grupo de estudos: Democracia, Instituições Políticas e Novas Tecnologias da UFPR, que tem como objetivo averiguar como as elites políticas se comportam no mundo virtual. Para estruturar nossa análise dos mecanismos de interação e participação política nos websites dos parlamentares brasileiros e americanos na última legislatura, recorreremos às contribuições dos autores acima referidos.

Antes de entrar na análise dos mecanismos de interação disponíveis nos websites dos deputados e senadores analisados, convém empreender um exame de cunho mais quantitativo dos recursos disponíveis nos mesmos. Assim procederemos porque, embora nosso objetivo principal seja o de analisar a presença dos vários

mecanismos de interação e participação existentes nos Web, o rendimento analítico desse objetivo de ordem geral se complementa com a necessidade de mapear outras dimensões que consideramos relevantes na atuação dos políticos analisados, na medida em que este exame pode servir como um indicador da existência de diferentes *graus ou níveis de representação e de participação política*.

Para mensurar o grau de intensidade da presença destes elementos nos websites examinados, procuramos elaborar um indicador que expressasse sinteticamente o grau de uso de cada dimensão, que nos possibilitou a apreensão maior de frequência das variáveis que são objeto de exame no texto. A partir da bibliografia listamos uma série de itens potencialmente presentes nos websites e que consideramos relevantes para os fins e enquadramentos teóricos da presente pesquisa²¹. A pontuação máxima corresponde a um website hipotético que, em tese, conteria todos os itens classificados. Dada a grande quantidade de websites analisados, procuramos diminuir o número de variáveis para aumentar a magnitude do campo de observação.

Os elementos mapeados foram reagrupados em sete categorias, cada uma correspondente a uma função ou dimensão do uso dos recursos da internet para agilizar os fluxos de comunicação e informação existentes nos websites: (i) navegabilidade/acessibilidade; (ii) accountability, informação e comunicação; (iii) comunicação e mídia; (iv) mobilização e integração as redes; (v) participação e deliberação; (vi) participação e interação; (vii) uso de redes sociais.

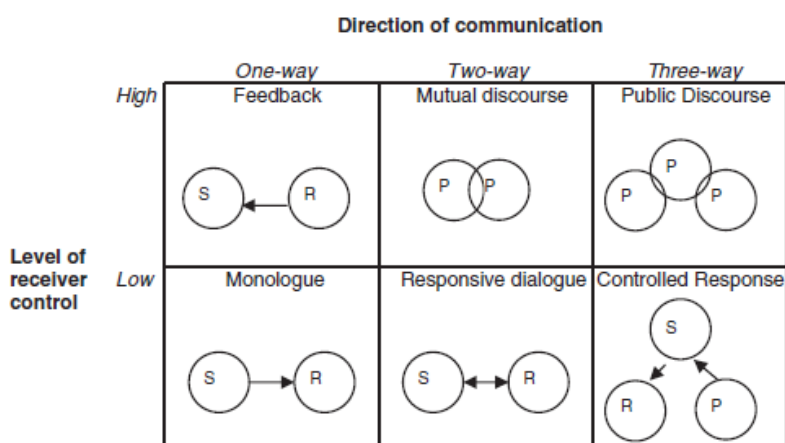
Devemos lembrar que não elaboramos nenhum indicador mais detalhado ponderando as variáveis segundo sua importância relativa para a estruturação dos websites, mas apenas calculamos os percentuais de presença de cada um dos itens nos websites dos deputados e senadores analisados.

Seria interessante ressaltar que procuraremos aplicar uma versão ligeiramente modificada do modelo de interatividade formulado por Ferber et. AL. (2008) no estudo dos mecanismos de interação entre elites políticas e cidadãos

²¹ Como forma de referência, os textos que se propuseram a efetuar *content analysis* (análise de conteúdo) de websites políticos, destacamos a tese de mestrado de Rodrigo Fernandez sobre os candidatos às eleições majoritárias de 2000 a 2004 (FERNANDEZ, 2005) e o de Sílvia Iasulatis (IASULATUS, 2007), sobre a campanha presidencial de 2006. Sublinhese que ambos os estudos estão bastante influenciados pelo modelo sugerido por WARD & GIBSON (2003), elaborado num contexto que poderíamos denominar “pré Web 2.0”. Os itens que usamos para efetuar uma análise de conteúdo dos websites dos candidatos bem como sua frequência encontram-se nas tabelas constantes nesse capítulo.

ordinários propiciados pelas novas tecnologias, especialmente a internet. Esses autores chamam a atenção para o fato de que a introdução das ferramentas da “Web 2.0” como alguns tipos de blogs, chats, comunidades virtuais e redes sociais no contexto legislativo ensejaram o estudo de novas formas de comunicação, diferentes das sugeridas pelas aplicações da “Web 1.0” que se apoiam em processos mais verticalizados de transferência de informações. Além dos modelos de comunicação de duas vias, Ferber et. al. (2007) propõem “a *three-way model of communication*”, mais apropriado para encorajar a deliberação pública (o que não equivale dizer que ela se concretize necessariamente nos websites parlamentares). O autor utilizou o modelo quadripartido de ciber-interatividade de McMillan (2002) e construiu “a six-part model of Cyber-Interactivity”, conforme demonstrado na figura abaixo:

QUADRO 1: MODELO DAS MODALIDADES DE INTERAÇÃO DE FERBER ET. AL. (2007)



FONTE: Ferber et. al. (2007).

Os círculos representam os atores no processo de comunicação (indivíduos e websites) e as setas a direção da comunicação. A parte primária do modelo (*oneway communication*) ilustra o provimento de informação encontrado em inúmeros sites. O autor denomina “*monologue*” quando o receptor exerce pouca influência no processo e “*feedback*” quando permite participação limitada, não havendo garantia de que as mensagens de retorno gerarão alguma resposta. “*Responsive dialogue*” reflete uma comunicação de duas vias, mas é o emissor que retém o controle primário do

processo, como, por exemplo, no caso do comércio eletrônico. “*Mutual discourse*” permite que ambos as partes enviem e recebam mensagens, mas dá aos participantes maior controle no processo, como no caso das salas de bate-papo.

Deve-se enfatizar também que o modelo de Ferber permite uma definição um pouco mais ampla e flexível dos mecanismos de interação e participação política, do que aquele proposto, por exemplo, por autores que trabalham numa perspectiva deliberacionista, para os quais apenas quando se possibilita uma efetiva interlocução entre atores pode-se falar de processos de interação e participação (Marques 2007). Como não adotamos neste texto uma perspectiva estritamente deliberacionista, mas trabalhamos com o horizonte de instauração de uma democracia representativa mais participativa por meio das novas tecnologias, sem pressupor uma relação de tensão entre os dois processos, mas sim de complementaridade entre ambos, examinamos também outros mecanismos de manifestação das preferências dos cidadãos além daqueles que os envolve num processo deliberativo no sentido estrito do termo, ou “public discourse” segundo o modelo de Ferber.

3.2. ANÁLISE DOS RESULTADOS.

Isto posto podemos passar para a apresentação dos resultados de nossa análise de conteúdo e das experiências de participação nas plataformas virtuais dos deputados e senadores do Brasil e dos EUA.

3.2.1 Navegabilidade/acessibilidade

Essa dimensão de análise leva em conta os mecanismos utilizados nos websites dos parlamentares, em busca de facilitar a Navegabilidade/acessibilidade pelo público em geral. Tais mecanismos têm o condão de facilitar o acesso ao site, criar uma empatia do público com formato, e dispor de ferramentas para que todos possam acessar as informações disponibilizadas. Nas palavras de Nicolás: “Representa uma espécie de “porta de entrada” dos sites, onde ocorre o primeiro contato do internauta com os parlamentares na web.” (Nicolás, 2009, p.93)

Para a avaliação deste subitem pesquisamos a presença de ferramentas como: mapa do site, aumento e diminuição de letras, mecanismos de buscas,

estatísticas de visitação, link para página inicial, crédito para gestores, ou seja, informações que facilitam ao internauta uma navegação descomplicada e informativa.

Dentro dos parâmetros acima citados a tabela 6 nos fornece algumas impressões sobre a análise de dados.

TABELA 6: ITENS DE NAVEGABILIDADE NOS WEBSITES DOS PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA (2º SEM. 2010)

| | Br/DEP | | Br/SE | | EUA/DEP | | EUA/SE | | TOTAL | |
|---------------------------------|--------|--------------|-------|--------------|---------|--------------|--------|--------------|-------|--------------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| Link para página inicial | 337 | 84,7% | 56 | 75,7% | 368 | 91,3% | 83 | 95,4% | 844 | 87,7% |
| Mecanismo de busca | 239 | 60,1% | 38 | 51,4% | 358 | 88,8% | 81 | 93,1% | 716 | 74,4% |
| Cadastro para newsletter | 245 | 61,6% | 30 | 40,5% | 356 | 88,3% | 66 | 75,9% | 697 | 72,5% |
| Créditos para gestores | 172 | 43,2% | 16 | 21,6% | 4 | 1,0% | 3 | 3,4% | 195 | 20,3% |
| Link para mapa do site | 42 | 10,6% | 3 | 4,1% | 81 | 20,1% | 28 | 32,2% | 154 | 16,0% |
| Disponibiliza email no site? | 90 | 22,6% | 33 | 44,6% | 11 | 2,7% | 5 | 5,7% | 139 | 14,4% |
| Destaque para enquete | 93 | 23,4% | 11 | 14,9% | 24 | 6,0% | 7 | 8,0% | 135 | 14,0% |
| Aumento/diminuição de letras | 30 | 7,5% | 1 | 1,4% | 39 | 9,7% | 25 | 28,7% | 95 | 9,9% |
| Estatísticas de visitação | 38 | 9,5% | 1 | 1,4% | 3 | ,7% | 0 | ,0% | 42 | 4,4% |
| Páginas em outro idioma | 7 | 1,8% | 1 | 1,4% | 16 | 4,0% | 10 | 11,5% | 34 | 3,5% |
| Acessibilidade para deficientes | 4 | 1,0% | 0 | ,0% | 26 | 6,5% | 0 | ,0% | 30 | 3,1% |
| MEDIAS | | 29,6% | | 23,3% | | 29,0% | | 32,2% | | 29,1% |

FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

Podemos observar que os mecanismos mais utilizados entre os parlamentares americanos e brasileiros são: link para página inicial (87,7%), mecanismos de busca (74,4%) e cadastros para newsletter (72,5%), ferramentas básicas para qualquer tipo de website, seja ele político ou não. Entre os mecanismos menos utilizados estão: Estatísticas de visitação (4,4%), Páginas em outros idiomas²² (3,5%) e Acessibilidade para deficientes (3,1%). Outro ponto a ser destacado é o de que, embora os percentuais totais de recursos de navegabilidade sejam semelhantes, há diferenças significativas entre os percentuais dos itens que indicam modalidades diferentes de navegação na web. Assim, os parlamentares norte-americanos disponibilizam com mais frequência dois itens básicos de navegabilidade que são: mecanismos de busca e cadastros para newsletter, o que

²² As páginas em outros idiomas são mais difundidas entre os parlamentares americanos. Talvez tal fato seja explicado pela grande quantidade de imigrantes no país, pois se formos observar por região, os EUA/DEP e EUA/SE que mais fazem uso deste tipo de ferramenta são das regiões de fronteira com o México e que fazem costa com os países da América Central.

pode indicar uma comunicação mais estreita e ativa com o cidadão e menos voltada para recursos que visam o entretenimento ou a oferta de informações tais como enquete e créditos para os gestores do site.

Fazendo uma comparação entre os EUA e Brasil, podemos observar um algumas diferenças. No caso brasileiro os parlamentares disponibilizam de forma mais evidente seus emails/formulários de contato, sendo 22,6% entre os BR/DEP, e 44,6% entre os BR/SE. Outra ferramenta muito utilizada entre os parlamentares brasileiros são as enquetes. Entre os BR/DEP o percentual de uso alcança 23,4%, e entre os BR/SE chega a 14,9% dos casos.

Já entre os parlamentares americanos, uma ferramenta muito utilizada é o “link para mapa do site”, um mecanismo que permite ao internauta encontrar o conteúdo que procura de maneira rápida e fácil. Esse mecanismo é utilizado por 20,1% dos EUA/DEP, e 32,2% dos EUA/SE. Além disso, os parlamentares americanos fazem um uso recorrente do “aumento/diminuição de letras”, uma ferramenta que facilita a leitura do conteúdo do website, e auxilia pessoas de mais idade e com problemas de visão. Esse mecanismo é utilizado por 28,7% dos EUA/SE e 9,7% dos EUA/DEP.

Um aspecto negativo que deve ser ressaltado na análise dos websites, tanto dos parlamentares brasileiros como dos americanos, é a falta de ferramentas de inclusão, ou seja, ferramentas de “acessibilidade para deficientes”, nesse quesito destacaram-se os EUA/SE e BR/SE que obtiveram percentual zero no uso desses mecanismos.

Um bom exemplo do uso de ferramentas de Navegabilidade/Acessibilidade é o site do Congressista Jared Polis (Democrata–Colorado). O parlamentar usa ferramentas de “Navegabilidade/Acessibilidade”, como: aumento/diminuição de letras, página em outro idioma, mecanismo de busca, cadastro para newsletter, mapa do site, entre outras. Além disso, o parlamentar criou um guia para utilização do site, que abre automaticamente com abertura do site, e ensina como fazer uso do website, trazendo informações sobre o uso de Redes Sociais, como podemos observar abaixo:

FIGURA 1: USO DE FERRAMENTAS DE NAVEGABILIDADE E ACESSIBILIDADE – CONGRESSISTA JARED POLIS (DEMOCRATA – COLORADO)



FONTE: <http://polis.house.gov/>

3.2.2. *Accountability*, informação e comunicação.

Quando analisamos “Accountability, informação e comunicação”, observamos todos os recursos utilizados na formalização da imagem do político perante seu público, como: biografia, artigos, realizações, informações sobre o mandato, boletim do mandato, votações, posições do político sobre assuntos polêmicos (issues), entre outros. São através dessas informações que podemos visualizar aspectos pessoais, formas de comunicação do parlamentar com seu público, e principalmente, elementos de accountability.

A tabela 7 nos fornece algumas informações iniciais sobre “accountability, informação e comunicação”:

TABELA 7: INFORMAÇÃO E ACCOUNTABILITY NOS WEBSITES DOS PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA (2º SEM. 2010)

| | | Br/DEP | | Br/SE | | EUA/DEP | | EUA/SE | | TOTAL | |
|---------------|----------------------------------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|-------------|-------|-------------|------|
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 1 | Link específico para biografia | 338 | 84,9 | 64 | 86,5 | 365 | 90,6 | 87 | 100,0 | 854 | 88,8 |
| 2 | Informações sobre outro político | 125 | 31,4 | 9 | 12,2 | 18 | 4,5 | 0 | ,0 | 152 | 15,8 |
| 3 | Vínculo com outro político | 172 | 43,2 | 4 | 5,4 | 140 | 34,7 | 0 | ,0 | 316 | 32,8 |
| 4 | Coligação partido político | 126 | 31,7 | 23 | 31,1 | 83 | 20,6 | 0 | ,0 | 232 | 24,1 |
| 5 | Votação nas últimas eleições? | 13 | 3,3 | 0 | ,0 | 6 | 1,5 | 0 | ,0 | 19 | 2,0 |
| 6 | Programa de atuação propostas | 130 | 32,7 | 28 | 37,8 | 124 | 30,8 | 85 | 97,7 | 367 | 38,1 |
| 7 | Realizações anteriores | 216 | 54,3 | 56 | 75,7 | 297 | 73,7 | 40 | 46,0 | 609 | 63,3 |
| 8 | Artigos do político | 157 | 39,4 | 29 | 39,2 | 88 | 21,8 | 32 | 36,8 | 306 | 31,8 |
| 9 | Carta compromisso do mandato | 70 | 17,6 | 18 | 24,3 | 5 | 1,2 | 0 | ,0 | 93 | 9,7 |
| 10 | Informações sobre mandato | 318 | 79,9 | 46 | 62,2 | 365 | 90,6 | 82 | 94,3 | 811 | 84,3 |
| 11 | Clipping | 262 | 65,8 | 33 | 44,6 | 336 | 83,4 | 84 | 96,6 | 715 | 74,3 |
| 12 | Issues | 156 | 39,2 | 20 | 27,0 | 352 | 87,3 | 73 | 83,9 | 601 | 62,5 |
| 13 | Pronunciamentos do político | 197 | 49,5 | 37 | 50,0 | 266 | 66,0 | 67 | 77,0 | 567 | 58,9 |
| 14 | Boletim do mandato | 238 | 59,8 | 37 | 50,0 | 343 | 85,1 | 81 | 93,1 | 699 | 72,7 |
| 15 | Agenda de compromissos | 90 | 22,6 | 9 | 12,2 | 23 | 5,7 | 17 | 19,5 | 139 | 14,4 |
| MEDIAS | | 43,7 | | 37,2 | | 46,5 | | 49,7 | | 44,9 | |

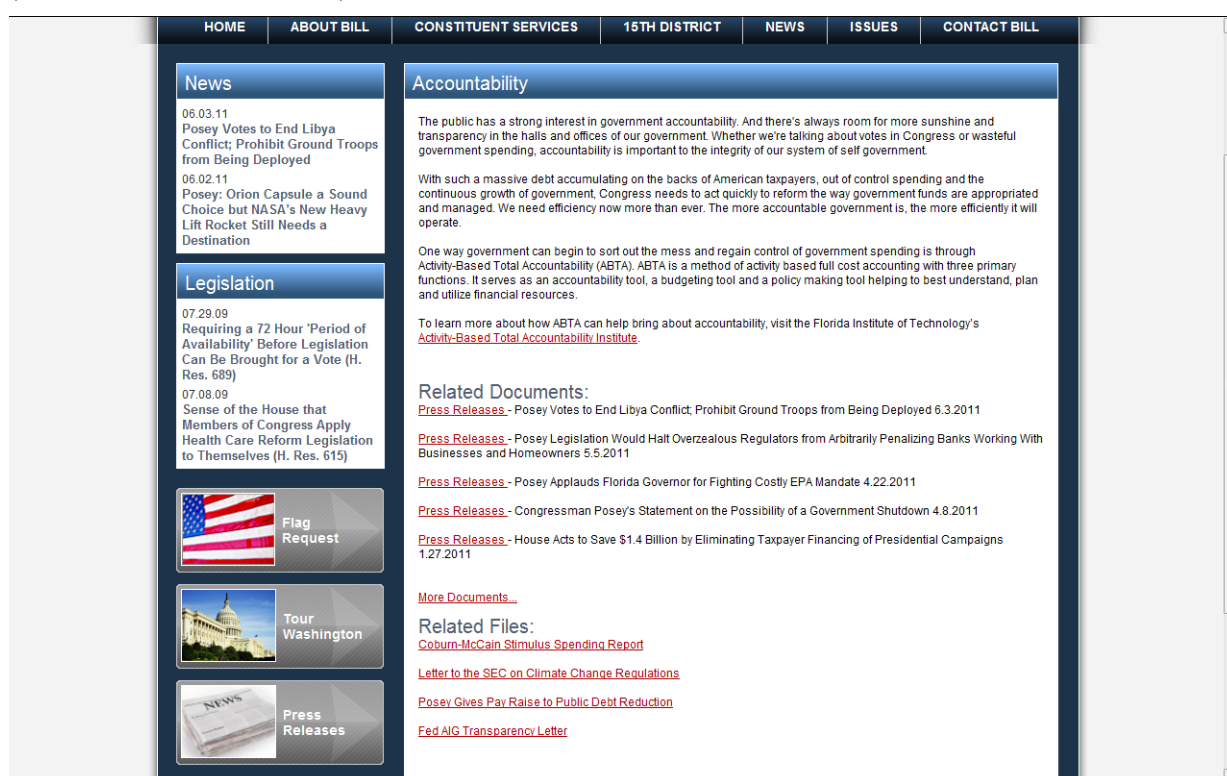
FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

Como podemos observar na tabela 8 a variável mais recorrente entre os países analisados é “link específico para biografia”, com 100% entre os EUA/SE, 90,6% entre os EUA/DEP, 84,9% nos BR/DEP e 86,5% entre os BR/SE. O “link específico para biografia” é o local onde o parlamentar pode fornecer ao seu eleitor algumas informações de sua vida pessoal, profissional e política. Talvez uma boa explicação para grande incidência dessa variável seja o padrão personalista das democracias analisadas, onde a figura do parlamentar e sua vida pregressa são levadas em conta para a definição do político.

Outra variável comum entre os parlamentares brasileiros e americanos é a “informação sobre mandato”. Entre os parlamentares brasileiros 79,9% dos BR/DEP e 62,2% dos BR/SE informam aos seus eleitores aspectos relevantes sobre suas atuações. No caso americano, tal variável é mais evidente, sendo que 90,6% dos EUA/DEP, e 94,6% dos EUA/SE, fornecem em suas páginas pessoais informações sobre os mandatos. Isso demonstra o papel fundamental da internet no desenvolvimento e efetivação das democracias (Norris, 2001), já que, através da utilização desse tipo de ferramentas virtuais os cidadãos podem tomar contato com as atuações de seus representantes, e de alguma forma cobrar posições mais atuantes de seus parlamentares.

Um exemplo no uso de ferramentas virtuais de accountability é o site do Congressista Bill Posey (Republicano–Flórida). O site do parlamentar disponibiliza de forma pública todas as informações importantes sobre seu mandato, como: documentos do gabinete, planilhas de prestação de contas, projetos de lei em trâmite, entre outros arquivos, que acabam servindo como documentos da atividade parlamentar.

FIGURA 2: FERRAMENTAS DE ACCOUNTABILITY – WEBSITE DO CONGRESSISTA BILL POSEY (REPUBLICANO–FLÓRIDA):



FONTE: <http://posey.house.gov/Issues/Issue/?IssueID=4622>

Outro aspecto a ser ressaltado na coleta de dados, principalmente no caso americano, são as variáveis: “boletim de mandato” e “issues”. Pelos dados demonstrados pela tabela 7 podemos averiguar que o “boletim de mandato”²³ é utilizado em 85,1% dos casos pelos EUA/DEP, e entre os EUA/SE em 93,1% das situações. Isso demonstra a preocupação dos parlamentares em prestar contas de

²³ São informativos fornecidos aos eleitores sobre realizações e prestação de contas de seus representantes.

suas atuações, e pode ter causa na natureza institucional do sistema político americano, que em regra geral é distrital.

A segunda variável que merece destaque no estudo dos parlamentares americanos são as “issues”. As “issues” são posicionamentos dos políticos sobre temas polêmicos como: “guerra contra o terror”, “aborto”, “invasão do Iraque”, “crise financeira mundial”, entre outras. Nos EUA esse tipo de posicionamento é muito comum e cobrando por parte da opinião pública. No que se refere as “issues”, observamos que entre os EUA/DEP 87,3% fazem uso dessa ferramenta, e 83,9% dos EUA/SE fazem referências expressas aos seus posicionamentos. No Brasil não existem as “issues”, mas alguns parlamentares deixam claros seus posicionamentos sobre temas polêmicos, vinculando artigos, notas à imprensa, cartas compromisso em seus websites.

Como forma de exemplificação do uso das “issues” citemos o exemplo da Congressista Carolyn Maloney (Democrata – New York), que em seu website destina uma secção inteira para o posicionamento sobre questões polêmicas. A Congressista se posiciona em sua página pessoal, sobre 30 assuntos diversos, em áreas totalmente distintas, que passam desde economia até educação.

FIGURA 3: ISSUES – WEBSITE DA CONGRESSISTA CAROLYN MALONEY (DEMOCRATA-NEW YORK)



FONTE: http://maloney.house.gov/index.php?option=com_issues&Itemid=35

Em aspectos gerais a análise da “Accountability, informação e comunicação” demonstraram a maneira com a qual os parlamentares brasileiros e americanos se comportam na prestação de contas e na vinculação de informações relevantes sobre seus mandatos. Apesar da natureza superficial de algumas informações, a simples vinculação dessas faz com que o público em geral tenha acesso a vida do parlamentar e sua atuação no ambiente público. Nesse quesito de análise podemos afirmar que os websites dos políticos brasileiros mantém seu foco em questões referentes a biografia e trajetória de seus eleitos, já os websites dos políticos americanos deixam a desejar nesse quesito. Entretanto no quesito disponibilização de informações sobre o mandato, os políticos americanos fazem melhor uso das ferramentas de “Accountability, informação e comunicação”.

3.2.3. Comunicação e mídia

Com base nas afirmações de Silva (2005) de que as NTIC's abriram espaço para novos potenciais interativos, trazendo a possibilidade de o cidadão intervir nos meios de comunicação e participar de forma direta na produção do conteúdo, vamos analisar os dados referentes a utilização de ferramentas de “comunicação e mídia”.

O conjunto de variáveis de “comunicação e mídia” busca verificar o uso de mecanismos utilizados pelos parlamentares em seus websites, com o intuito de fomentar a comunicação com o público em geral. Através das variáveis podemos evidenciar as formas de comportamento, e as maneiras de vinculação das informações ao grande público, por meio de: vídeos, releases para imprensa, arquivos sonoros, notícias, entre outros.

A tabela 8 demonstra o comportamento dos parlamentares no uso de ferramentas de “Comunicação e mídia”:

TABELA 8: COMUNICAÇÃO E MÍDIA NOS WEBSITES DOS PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA (2º SEM. 2010)

| | | Br/DEP | | Br/SE | | EUA/DEP | | EUA/SE | | TOTAL | |
|---------------------|--|--------|------|-------|------|---------|------|--------|------|-------|------|
| Comunicação e mídia | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 1 | Notícias atualizadas na página inicial | 309 | 77,6 | 37 | 50,0 | 363 | 90,1 | 82 | 94,3 | 791 | 82,2 |
| 2 | Formulário fale conosco | 308 | 77,4 | 38 | 51,4 | 360 | 89,3 | 83 | 95,4 | 789 | 82,0 |
| 3 | Flick/acervo de fotos | 304 | 76,4 | 56 | 75,7 | 353 | 87,6 | 73 | 83,9 | 786 | 81,7 |
| 4 | Link para vídeos diversos | 259 | 65,1 | 36 | 48,6 | 330 | 81,9 | 40 | 46,0 | 665 | 69,1 |
| 5 | Releases p/imprensa | 101 | 25,4 | 12 | 16,2 | 319 | 79,2 | 80 | 92,0 | 512 | 53,2 |
| 6 | Feeds para atualização | 109 | 27,4 | 6 | 8,1 | 247 | 61,3 | 44 | 50,6 | 406 | 42,2 |
| 7 | Acervo sonoro/rádio | 200 | 50,3 | 34 | 45,9 | 100 | 24,8 | 56 | 64,4 | 390 | 40,5 |
| 8 | Artigos assinados pelo político | 160 | 40,2 | 32 | 43,2 | 105 | 26,1 | 33 | 37,9 | 330 | 34,3 |
| 9 | Agenda de compromissos | 118 | 29,6 | 11 | 14,9 | 27 | 6,7 | 17 | 19,5 | 173 | 18,0 |
| 10 | Acervo de respostas a enquetes | 87 | 21,9 | 10 | 13,5 | 29 | 7,2 | 4 | 4,6 | 130 | 13,5 |
| 11 | Música/jingles de campanha | 56 | 14,1 | 2 | 2,7 | 3 | ,7 | 0 | ,0 | 61 | 6,3 |
| | | 45,9 | | 33,7 | | 50,4 | | 53,5 | | 47,6 | |

FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

Em termos gerais, analisando EUA e Brasil de maneira conjunta, são três os mecanismos de “comunicação e mídia” mais utilizados: notícias atualizadas (82,2%), flick²⁴/acervo de fotos (81,7%), link para vídeos diversos (69,1%). Esses três mecanismos são ferramentas básicas, utilizadas em toda linguagem de website, entretanto as formas de uso feitas pelos parlamentares geralmente estão ligadas: aos discursos em plenário, visitas feitas às bases eleitorais, encontros com personalidades do mundo político, acontecimentos sociais de grande relevância, entre outras situações que possam gerar publicidade aos parlamentares. Dificilmente tais ferramentas são utilizadas para buscar o incremento da atividade parlamentar ou formas de denúncias e atuações.

Como podemos visualizar pela tabela 8 os parlamentares americanos tem uma prevalência nesse quesito, quando comparados com os parlamentares brasileiros. Mecanismos de comunicação, como: notícias atualizadas (EUA/DEP – 90,1%; EUA/SE – 94,3%), formulário de fale conosco (EUA/DEP - 89,3%; EUA/SE - 95,4%), flick/acervo de fotos (EUA/DEP – 87,6%; EUA/SE – 83,9%), releases para imprensa (EUA/DEP – 79,2%; EUA/SE – 92%), feeds de atualização (EUA/DEP – 61,3%; EUA/SE – 50,6%), são amplamente utilizados pelos parlamentares dos EUA.

²⁴ Segundo Recuero o Flickr é “(...) um site que permitia, originalmente, apenas a publicação de fotografias, textos acompanhando-as e comentários, mas que recentemente, acrescentou também a possibilidade de publicação de vídeos. O Flickr permite que as imagens publicadas sejam etiquetadas com palavras-chave que sejam objeto de buscas e organização por essas classificações. (Recuero, 2009, p.171)

Um exemplo de como os parlamentares americanos se preocupam com o uso de ferramentas de “comunicação e mídia” é o site do congressista Spencer Bachus (Republicano–Alabama). O parlamentar se preocupa principalmente em manter um site bem atualizado, com notícias diárias, informações sobre sua atuação no parlamento, vídeos sobre discursos e aparições, acervo de fotos. Ou seja, um site que tem como principal foco formas de comunicação do parlamentar com seu público.

FIGURA 4: COMUNICAÇÃO E MÍDIA - WEBSITE DO CONGRESSISTA WALLY HERGER (REPUBLICANO–CALIFÓRNIA)



FONTE: <http://herger.house.gov/#>

Como forma de cotejar os exemplos, podemos citar o caso do Deputado Federal Fernando Gabeira (PV-RJ). O parlamentar carioca faz um uso recorrente de ferramentas de comunicação, dando grande ênfase para notícias, vídeos (TV Gabeira), artigos, releases para imprensa, o que serve de exemplo de boa prática no uso da internet, e em contraposição ao padrão geral dos sites dos parlamentares brasileiros.

FIGURA 5: COMUNICAÇÃO E MÍDIA - WEBSITE PESSOAL DO DEPUTADO FEDERAL FERNANDO GABEIRA (PV-RJ)



FONTE: <http://www.gabeira.com.br/>

Essa demonstração de dados evidência a preocupação do político americano com as informações prestadas ao público e a imprensa. Quando analisamos a inserção de notícias atualizadas nos sites, e principalmente a disponibilização de releases para imprensa, fica clara a preponderância dada aos mecanismos de “Comunicação e mídia” pelos parlamentares americanos.

3.2.4. Mobilização e integração as redes

Quando falamos de “Mobilização e integração de redes” estamos nos referindo a um uso inovador da internet. Tal dimensão de análise busca identificar como os parlamentares têm integrado ações de participação no mundo político ao mundo virtual. Como afirma Recuero os espaços de mobilização integrados as redes: “São espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade.” (Recuero, 2010, p. 26)

As principais variáveis analisadas foram: os mecanismos de serviços para o eleitor, os serviços de contato do eleitor com o político, links do político com movimentos sociais, ONG's, partidos políticos, ou seja, todas as ferramentas que possibilitavam a interação entre político e sociedade.

A tabela seguinte demonstra de maneira prática os percentuais encontrados em cada variável analisada:

TABELA 9: MOBILIZAÇÃO/INTEGRAÇÃO EM REDE NOS WEBSITES DOS PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA (2º SEM. 2010)

| | | Br/DEP | | Br/SE | | EUA/DEP | | EUA/SE | | TOTAL | |
|-----------------------------------|---|--------|------|-------|------|---------|------|--------|------|-------|------|
| V) Mobilização/integração em rede | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 1 | Calendário de eventos | 70 | 17,6 | 2 | 2,7 | 19 | 4,7 | 9 | 10,3 | 100 | 10,4 |
| 2 | Boletins do mandato? | 191 | 48,0 | 34 | 45,9 | 321 | 79,7 | 81 | 93,1 | 627 | 65,2 |
| 3 | Incentivo a acessar blog? | 92 | 23,1 | 11 | 14,9 | 45 | 11,2 | 12 | 13,8 | 160 | 16,6 |
| 4 | Incentivo a participar de redes sociais | 217 | 54,5 | 16 | 21,6 | 319 | 79,2 | 73 | 83,9 | 580 | 60,3 |
| 5 | Doação online? | 10 | 2,5 | 1 | 1,4 | 24 | 6,0 | 0 | ,0 | 35 | 3,6 |
| 6 | Sessões temáticas para minorias | 129 | 32,4 | 7 | 9,5 | 340 | 84,4 | 85 | 97,7 | 561 | 58,3 |
| 7 | Incentivo nas bases eleitorais? | 19 | 4,8 | 23 | 31,1 | 3 | ,7 | 11 | 12,6 | 56 | 5,8 |
| 8 | Loja online para comprar símbolos políticos | 1 | ,3 | 0 | ,0 | 321 | 79,7 | 81 | 93,1 | 5 | ,5 |
| 9 | Acervo sonoro /transmissão online | 38 | 9,5 | 17 | 23,0 | 3 | ,7 | 56 | 64,4 | 114 | 11,9 |
| 10 | Serviços ao eleitor | 58 | 14,6 | 17 | 23,0 | 350 | 83,0 | 80 | 87,0 | 149 | 15,5 |
| 11 | Contatos do político | 252 | 63,3 | 36 | 48,6 | 368 | 91,3 | 73 | 83,9 | 729 | 75,8 |
| 12 | blog | 82 | 20,6 | 10 | 13,5 | 40 | 9,9 | 12 | 13,8 | 144 | 15,0 |
| 13 | link para partido nacional | 151 | 37,9 | 32 | 43,2 | 56 | 13,9 | 0 | ,0 | 239 | 24,8 |
| 14 | link para partido subnacional | 54 | 13,6 | 15 | 20,3 | 10 | 2,5 | 0 | ,0 | 79 | 8,2 |
| 15 | link para símbolos do partido/vinculação partidária | 195 | 49,0 | 24 | 32,4 | 76 | 18,9 | 12 | 13,4 | 295 | 30,7 |
| 16 | Link para ONG's | 43 | 10,8 | 8 | 10,8 | 37 | 9,2 | 0 | ,0 | 88 | 9,1 |
| 17 | Link para movimentos sociais | 42 | 10,6 | 7 | 9,5 | 53 | 13,2 | 0 | ,0 | 102 | 10,6 |
| TOTAL | | 24,3 | | 20,7 | | 34,6 | | 39,2 | | 24,8 | |

FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

Em termos gerais, e conforme avaliação da tabela 9, podemos observar que os mecanismos mais utilizados pelos parlamentares brasileiros e americanos foram quatro principais: contatos do político (75,8%), boletins de mandato (65,2%), incentivo a participar de redes sociais (60,3%), e sessões temáticas para minorias (58,3%).

Observamos um padrão semelhante entre EUA e Brasil somente no uso de dois mecanismos principais: calendário de eventos (BR/DEP – 17,6%, BR/SE – 2,7%, EUA/DEP – 4,7%, EUA/SE – 10,3%), incentivo para acessar blogs (BR/DEP – 23,1%, BR/SE – 14,9%, EUA/DEP – 11,2%, EUA/SE – 13,8%), nos demais mecanismos existe uma predominância dos parlamentares americanos frente aos brasileiros.

Quando avaliamos de forma comparada EUA e Brasil observamos um padrão diferenciado de análise. Os parlamentares dos EUA tendem a criar mecanismos de “mobilização e interação” mais robustos, que os parlamentares brasileiros, principalmente nos mecanismos: boletins de mandato (EUA/DEP – 79,7%, EUA/SE – 93,1%), incentivo para participar de redes sociais (EUA/DEP – 79,2%, EUA/SE – 83,9%), seções temáticas para minorias (EUA/DEP – 84,4%, EUA/SE – 97,7%), loja online para comprar símbolos políticos (EUA/DEP – 79,7%, EUA/SE – 93,1%), serviços para o eleitor (EUA/DEP – 83%, EUA/SE – 87%), e contatos dos políticos (EUA/DEP – 91,3%, EUA/SE – 83,9%). Em todas essas variáveis visualizamos que os parlamentares americanos se distanciam dos parlamentares brasileiros. Isso nos leva a concluir que as maneiras de interação e mobilização criadas e utilizadas pelos EUA/DEP e EUA/SE, são muito mais propícias a criação da noção de Redes, e demonstram-se mais objetivas quando avaliarmos o uso de Redes Sociais.

Apesar do padrão destoante, entre parlamentares brasileiros e americanos, no uso de elementos de “mobilização e interação”, vem do Brasil um ótimo exemplo de uso dessas ferramentas. O Deputado Federal Antônio Carlos Magalhães Neto (DEM-BA) é um exemplo clássico de um político que usa a internet para mobilizar a população, seja por Redes Sociais, por links de mobilização, blogs, ou fóruns de discussão. O parlamentar faz uso de inúmeras ferramentas para tentar atrair mais adeptos às questões que representa.

FIGURA 6: USO DE FERRAMENTAS DE MOBILIZAÇÃO - WEBSITE PESSOAL DO DEPUTADO FEDERAL ACM NETO (DEM-BA)



FONTE: <http://www.acmneto.com.br/>

Como forma de complementação dos dados da tabela 9, achamos conveniente separar a variável “uso de Redes Sociais” em uma análise separada, dessa forma podemos discutir outros elementos interessantes sobre as Redes Sociais e suas formas de utilização.

3.2.5 Participação e deliberação

Segundo Marques (2010) existe, nos dias de hoje, uma disposição por parte de governos, políticos e movimentos sociais na busca de uma maior inserção da esfera civil dentro dos processos de decisão e deliberação, tal movimento busca “(...) operacionalizar um envolvimento político mais efetivo do jogo político hodierno.” (Marques, 2010, p.83). Tendo em vista essa situação, e com base em uma série de trabalhos (Marques, 2010, Braga, 2007) que estudam a dinâmica da participação da esfera civil através da internet, inserimos essa dimensão de análise, para averiguar como os parlamentares tem se portado na utilização de mecanismos de participação.

O foco principal dessa dimensão está ligada as maneiras com as quais os parlamentares abrem canais de participação, interação e deliberação através de seus websites. A metodologia de Williamson (2009), que deu origem ao modelo aplicado nessa pesquisa foi adaptada, pois na coleta de dados pudemos evidenciar que uma série de ferramentas utilizadas pelo autor, para o estudo dos parlamentares britânicos, não estavam mais sendo utilizadas pelos parlamentares brasileiros ou americanos, dessa feita somente foram considerados para a coleta de dados as variáveis com percentuais significativos.

A tabela 10 evidência de forma clara os percentuais referentes aos elementos de “participação e deliberação”:

TABELA 10: PARTICIPAÇÃO E DELIBERAÇÃO NOS WEBSITES DOS PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA (2º SEM. 2010)

| | | <i>Br/DEP</i> | | <i>Br/SE</i> | | <i>EUA/DEP</i> | | <i>EUA/SE</i> | | <i>TOTAL</i> | |
|--------------|--|---------------|------|--------------|------|----------------|------|---------------|------|--------------|------|
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| 1 | Blog na página inicial | 95 | 23,9 | 14 | 18,9 | 45 | 11,2 | 12 | 13,8 | 166 | 17,3 |
| 2 | Blog atualizado regularmente | 80 | 20,1 | 15 | 20,3 | 35 | 8,7 | 12 | 13,8 | 142 | 14,8 |
| 3 | Espaço para postagens no blog? | 57 | 14,3 | 6 | 8,1 | 18 | 4,5 | 2 | 2,3 | 83 | 8,6 |
| 4 | Salas de Bate-Papo/chats com político | 5 | 1,3 | 0 | ,0 | 0 | ,0 | 0 | ,0 | 5 | ,5 |
| 5 | Acervo dos chats realizados | 1 | ,3 | 0 | ,0 | 0 | ,0 | 0 | ,0 | 1 | ,1 |
| 6 | Fórum/Discussão sobre temas específicos? | 8 | 2,0 | 1 | 1,4 | 0 | ,0 | 0 | ,0 | 9 | ,9 |
| 7 | Acervo dos foruns realizados | 6 | 1,5 | 1 | 1,4 | 0 | ,0 | 0 | ,0 | 7 | ,7 |
| 8 | Acervo de respostas a perguntas dos internautas | 14 | 3,5 | 3 | 4,1 | 4 | 1,0 | 0 | ,0 | 21 | 2,2 |
| 9 | Link específico para denúncias | 8 | 2,0 | 0 | ,0 | 0 | ,0 | 0 | ,0 | 8 | ,8 |
| 10 | Mural de mensagens | 48 | 12,1 | 13 | 17,6 | 1 | ,2 | 0 | ,0 | 62 | 6,4 |
| 11 | Possibilidade de comentar notícias postadas | 61 | 15,3 | 5 | 6,8 | 0 | ,0 | 0 | ,0 | 66 | 6,9 |
| 12 | Acervo de comentários a notícias dos internautas | 46 | 11,6 | 5 | 6,8 | 1 | ,2 | 0 | ,0 | 52 | 5,4 |
| 13 | Sugestões para propostas de governo | 28 | 7,0 | 9 | 12,2 | 6 | 1,5 | 2 | 2,3 | 45 | 4,7 |
| 14 | Depoimentos dos cidadãos | 46 | 11,6 | 2 | 2,7 | 4 | 1,0 | 1 | 1,1 | 53 | 5,5 |
| 15 | Vídeos com depoimentos dos cidadãos | 9 | 2,3 | 0 | ,0 | 2 | ,5 | 1 | 1,1 | 12 | 1,2 |
| MEDIA | | 8,6% | | 6,7% | | 1,9% | | 2,3% | | 5,1% | |

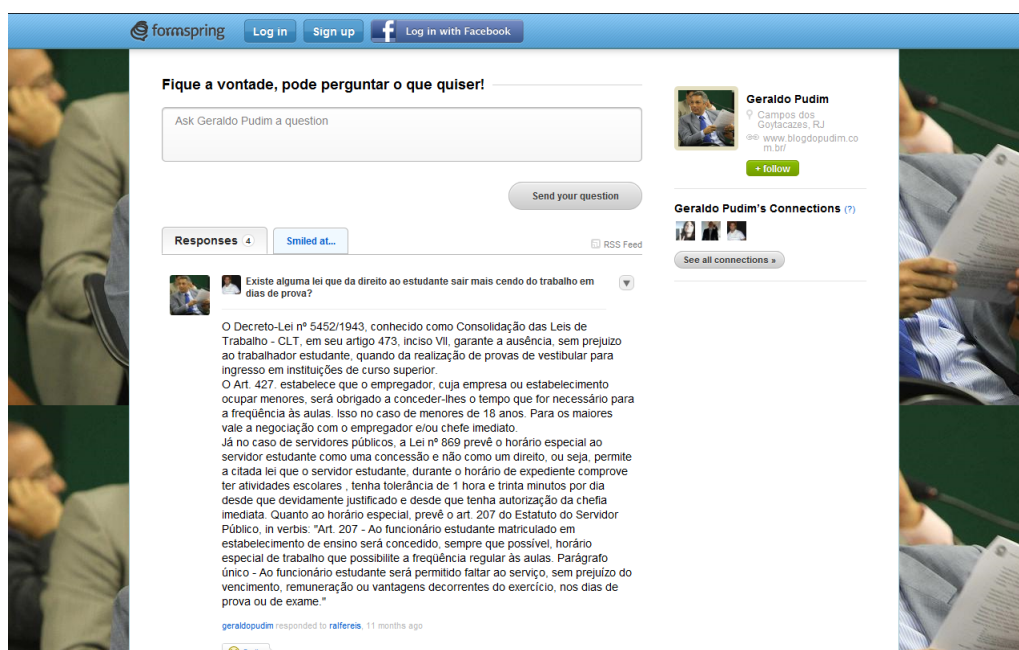
FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

Analisando os percentuais encontrados na tabela 10 podemos afirmar que ferramentas de “participação e deliberação” dos políticos junto ao público em geral estão sendo mitigadas, em todas as esferas analisadas. Com exceção das variáveis “Blog na página inicial” e “Blog atualizado regularmente”, que obtiveram, respectivamente, 17,3% e 14,8% em percentuais gerais, temos percentuais muito baixos ou nulos da presença destas ferramentas. Numa análise preliminar e superficial poderíamos dizer que os parlamentares têm deixado de utilizar tais

mecanismos em suas páginas, entretanto, observando de um viés diferente, podemos afirmar que com a profusão das novas Redes Sociais, os mecanismos de interação e participação perderam sua força para as ferramentas utilizadas pelas grandes Redes Sociais como: Facebook, Orkut, Myspace, Twitter. Poderíamos afirmar que houve uma efetiva migração das ferramentas tradicionais (Fóruns, chats, comunidades e mural de mensagens) vinculadas aos websites tradicionais, para o universo dinâmico das Redes, assim como identificado por Recuero (2010).

Apesar da baixa incidência dessas ferramentas entre os websites dos parlamentares analisados, podemos observar alguns exemplos emblemáticos, entre os parlamentares brasileiros. É o caso do Deputado Federal Geraldo Pudim (PMDB-RJ), que em seu website abre espaço para responder questões formuladas pelos internautas.

FIGURA 7: ACERVO DE RESPOSTAS A PERGUNTAS DOS INTERNAUTAS – WEBSITE PESSOAL DO DEPUTADO FEDERAL GERALDO PUDIM (PMDB-RJ)



FONTE: <http://www.formspring.me/geraldopudim>

3.2.6 Participação e interação

Segundo Marques (2010) o papel desenvolvido pela internet é reduzido quando se fala em interação entre representante e representado, para o autor as ferramentas utilizadas pelos políticos continuam sendo incipientes.

(...) o papel dos recursos de Internet continua mínimo. São poucos os casos nos quais são encontrados mecanismos mais aprofundados de participação a permitirem uma interação além daquela viabilizada pelo e-mail. (Marques, 2010, p.85)

Tomando como base a afirmação acima, buscaremos observar algumas variáveis referentes aos graus de “Participação e interação”, para isso colocamos em destaque algumas ferramentas utilizadas pelos parlamentares em seus websites.

A tabela 11 demonstra os graus de participação nos websites das elites analisadas do ponto de vista da metodologia utilizada.

TABELA 11: GRAUS DE PARTICIPAÇÃO NOS WEBSITES DAS ELITES PARLAMENTARES DO BRASIL E EUA (2º SEM. 2010)

| | Br/DEP | | Br/SE | | EUA/DEP | | EUA/SE | | TOTAL | |
|--|--------|-------------|-------|-------------|---------|-------------|--------|-------------|-------|-------------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| Link para website partidário? | 151 | 37,9 | 32 | 43,2 | 56 | 13,9 | 0 | ,0 | 239 | 24,8 |
| Link para partido regional? | 54 | 13,6 | 15 | 20,3 | 10 | 2,5 | 0 | ,0 | 79 | 8,2 |
| Tem Newsletter? | 245 | 61,6 | 30 | 40,5 | 356 | 88,3 | 66 | 75,9 | 697 | 72,5 |
| Enquete | 93 | 23,4 | 11 | 14,9 | 24 | 6,0 | 7 | 8,0 | 135 | 14,0 |
| Fórum/Discussão sobre temas específicos? | 8 | 2,0 | 1 | 1,4 | 0 | ,0 | 0 | ,0 | 9 | ,9 |
| Email ?/formulário para contato? | 398 | 100,0 | 74 | 100,0 | 403 | 100,0 | 87 | 100,0 | 962 | 100,0 |
| Blogs? | 95 | 23,9 | 14 | 18,9 | 45 | 11,2 | 12 | 13,8 | 166 | 17,3 |
| Feeds para atualização? | 109 | 27,4 | 6 | 8,1 | 247 | 61,3 | 44 | 50,6 | 406 | 42,2 |
| Redes sociais? | 306 | 76,9 | 55 | 74,3 | 362 | 89,8 | 71 | 81,6 | 794 | 82,5 |
| Twitter? | 290 | 72,9 | 50 | 67,6 | 247 | 61,3 | 55 | 63,2 | 642 | 66,7 |
| Canal youtube? | 136 | 34,2 | 23 | 31,1 | 251 | 62,3 | 67 | 77,0 | 477 | 49,6 |
| Facebook? | 139 | 34,9 | 24 | 32,4 | 304 | 75,4 | 61 | 70,1 | 528 | 54,9 |
| MEDIAS | | 42,4 | | 37,7 | | 47,7 | | 45,0 | | 44,5 |

FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

Em termos gerais, averiguando EUA e Brasil de maneira única, podemos observar que existe um grande destaque para a utilização de “Email/formulários de contatos” entre os parlamentares estudados. Virtualmente em 100% dos casos analisados os parlamentares têm feito uso dessa ferramenta, como forma de participação do eleitor em seu mandato. Por óbvio que não analisamos o nível de

respostas de emails ou a maneira de uso, mas em termos gerais, podemos visualizar uma presença recorrente desta ferramenta.

Outro destaque positivo nos graus de participação foi averiguado no uso de Redes Sociais pelos parlamentares. Em termos gerais, 82,5% de nosso universo de análise faz uso de Redes Sociais, com grande destaque para o Twitter, que alcançou índices expressivos entre os parlamentares brasileiros, principalmente entre os BR/DEP (72,9%). O interessante na grande difusão das Redes Sociais, entre os parlamentares, é que algumas ferramentas de participação, antigamente muito utilizadas, como: Fórum de discussões (0,9%), Enquetes (14%), Blogs (17,3%) perderam espaço para o dinamismo e a junção de ferramentas das Redes Sociais.

Ainda sobre o uso de ferramentas de participação, poderíamos destacar a Newsletter, que alcança números de 72,5% dos casos, e continua sendo uma ferramenta bem utilizada pelos políticos, principalmente como forma divulgação de suas atuações, e de prestação de contas aos eleitores.

Outro elemento ressaltado na análise dos graus de “participação e interação” são as questões de vinculação partidária²⁵. A tabela 11 demonstra que os políticos brasileiros tendem a fazer uso de símbolos, siglas, números, cores e outros elementos que vinculam sua atuação junto ao partido. Uma das variáveis que demonstram bem essa análise é a presença de links para websites partidários. No caso brasileiro 37,9% dos BR/DEP fazem uso dessa ferramenta, enquanto que os BR/SE em 43,2%. Tal situação entra em contraposição quanto averiguamos os parlamentares americanos, pois entre os EUA/DEP 13,9% fazem uso de links partidários, e entre os EUA/SE tal ferramenta é inexistente. A situação mitigação das figuras partidárias, entre os parlamentares americanos, ficou evidente no decorrer da coleta de dados. Tendo em vista a dificuldade em identificar, de maneira explícita, a identidade partidária dos parlamentares, tivemos que fazer uso de informações dos sites institucionais da House of Representatives e do U.S. Senate sobre a distribuição partidária. Como forma de exemplificação do uso de elementos de “participação e interação” citemos o exemplo do Deputado Federal Roberto Santiago (PV-SP). Em seu site o parlamentar faz uso de redes sociais, links partidários, feeds, entre outros, mas o mais interessante do website está no

²⁵ Para verificar a questão da vinculação partidária entre as elites, observar também a variável 15 da tabela 12. Lá estarão disponíveis os percentuais de vinculação partidária. Como efeito de comentário, observar a falta de vinculação partidária dos políticos americanos.

uso de um link participativo, onde o internauta tem a possibilidade de: comentar, dar sugestões, opinar, sobre as posições do parlamentar e sobre seus projetos de lei.

FIGURA 8: MANDATO PARTICIPATIVO – WEBSITE PESSOAL DO DEPUTADO FEDERAL ROBERTO SANTIAGO (PV-SP)



FONTE: <http://www.robertosantiago.com.br/mandato.php>

Por fim, com base nos dados disponibilizados pela tabela 11 podemos dizer que a afirmação de Marques (2007) - “(...) os websites americanos, quando comparados aos brasileiros, oferecem ferramentas de participação em maior número e profundidade (...) (Marques, 2007, p. 160) - sobre a profusão de ferramentas de participação, entre os sites dos políticos americanos, é efetiva, e pode ser comprovada pela relativa prevalência percentual dos americanos em boa parte das variáveis analisadas.

3.2.7 Uso de Redes Sociais pelos parlamentares

Segundo Recuero (2009) as redes sociais são definidas como um conjunto de dois elementos essenciais: (i) atores e (ii) conexões. As redes sociais acabam

representando a noção das conexões de grupos sociais, ou seja, da ligação de diversos indivíduos e grupos ligados sob padrões específicos de conexões.

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões. (Recuero, 2010, p. 24)

Apesar de uma situação relativamente recente o impacto das grandes Redes Sociais, como: Orkut, Facebook, Twitter, Myspace, entre outros, tem gerado efeitos importantes nas formas de inserção de informações e na maneira com a qual os parlamentares se comportam na internet. Poderíamos afirmar que as Redes Sociais proporcionam um maior contato entre representantes e representados, assim como, um maior dinamismo na vinculação de conteúdos.

A tabela 12 demonstra em termos quantitativos a forma como os políticos americanos e brasileiros usam as Redes Sociais:

TABELA 12: USO DE MÍDIAS SOCIAIS PELOS PARLAMENTARES DO BRASIL E DOS EUA (2º SEM. 2010)

| | <i>Br/DEP</i> | | <i>Br/SE</i> | | <i>EUA/DEP</i> | | <i>EUA/SE</i> | | <i>TOTAL</i> | |
|-----------------------------|---------------|------|--------------|------|----------------|------|---------------|------|--------------|------|
| Mídias sociais | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| Mídias sociais | 306 | 76,9 | 55 | 74,3 | 362 | 89,8 | 71 | 81,6 | 794 | 82,5 |
| Twitter? | 290 | 72,9 | 50 | 67,6 | 247 | 61,3 | 55 | 63,2 | 642 | 66,7 |
| Youtube | 158 | 39,7 | 18 | 24,3 | 260 | 64,5 | 60 | 69,0 | 496 | 51,6 |
| Canal específico no Youtube | 136 | 34,2 | 23 | 31,1 | 251 | 62,3 | 67 | 77,0 | 477 | 49,6 |
| Facebook | 139 | 34,9 | 24 | 32,4 | 304 | 75,4 | 61 | 70,1 | 528 | 54,9 |
| Orkut1 | 169 | 42,5 | 38 | 51,4 | 1 | ,2 | 0 | ,0 | 208 | 21,6 |
| Myspace | 21 | 5,3 | 1 | 1,4 | 4 | 1,0 | 1 | 1,1 | 27 | 2,8 |
| Sonico | 8 | 2,0 | 0 | ,0 | 1 | ,2 | 0 | ,0 | 9 | ,9 |
| Delicious | 3 | ,8 | 0 | ,0 | 2 | ,5 | 1 | 1,1 | 6 | ,6 |
| Linkedin | 8 | 2,0 | 1 | 1,4 | 7 | 1,7 | 1 | 1,1 | 17 | 1,8 |
| Flick | 105 | 26,4 | 8 | 10,8 | 84 | 20,8 | 18 | 20,7 | 215 | 22,3 |
| MÉDIAS | | 30,7 | | 26,8 | | 34,4 | | 35,0 | | 32,3 |

FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

Tomando como referência os dados da tabela 12 observamos que as Redes Sociais têm sido utilizadas por 82,5% dos parlamentares, em termos gerais, um percentual alto quando levamos em conta que 91,8% fazem uso de websites pessoais, institucionais ou blogs.

Em termos comparativos observamos uma prevalência dos EUA no uso de Redes Sociais, sendo que 89,8% dos EUA/DEP e 81,6% dos EUA/SE as utilizam. Enquanto isso, os BR/DEP fazem uso de Redes Sociais em 76,9% dos casos e os BR/SE em 74,3%. Isso evidencia que as Redes Sociais estão sendo largamente utilizadas pelos políticos analisados, e em alguns casos tomando espaço dos websites.

Apesar dos parlamentares brasileiros terem obtido um percentual menor no uso de Redes Sociais, poderíamos afirmar que tal situação poderá ser alterada em breve. A larga utilização das Redes Sociais pelos brasileiros, tendem a atrair cada vez mais políticos ao uso dessas ferramentas, já que: “Cerca de 80% dos usuários de Internet do país possuem um perfil em alguma rede social, como, por exemplo, o Orkut ou o Facebook.” (Marques, 2010, p. 02).

As Redes Sociais mais utilizadas entre os parlamentares americanos são o Youtube e Facebook. Entre os EUA/SE o Youtube é a rede com maior número de Senadores (77%), seguida do Facebook (70,1%). Já no caso dos EUA/DEP a situação se inverte, havendo a prevalência do Facebook (75,4%), seguido do Youtube (62,3%).

Como forma de exemplificação do uso do Facebook, pelos parlamentares americanos, citemos o caso da Congressista Nancy Pelosi (Democrata-Califórnia). Pelosi usa o Facebook como forma de entrar em contato com seu eleitor, além de ter um número significativo de seguidores ela compartilha uma série de informações sobre seu mandato pela Rede Social. Fato interessante está no conteúdo vinculado pela parlamentar, pois todas as informações que são disponibilizadas em seu site, estão também na página do Facebook, ou seja, temos um caso emblemático da interação entre website e Rede Social.

FIGURA 9: USO DO FACEBOOK PELOS CONGRESSISTAS AMERICANOS – FACEBOOK DA CONGRESSISTA NANCY PELOSI (DEMOCRATA-CALIFORNIA)

The screenshot displays the Facebook profile of Nancy Pelosi, identified as a government entity. The interface includes a top navigation bar with the Facebook logo and search bar. The left sidebar contains navigation options and a list of suggested friends. The main content area shows a post from the 'Mural' (Wall) section, featuring a video and text about the Bush tax cuts. Below the video is a poll asking for opinions on Medicare. The right sidebar lists several people suggested for the user to know.

FONTE: <https://www.facebook.com/NancyPelosi>

Outra Rede Social muito utilizada entre os parlamentares americanos é o Youtube. Através dele os Congressistas podem disponibilizar aos internautas vídeos: de discursos em plenários, entrevistas, aparições em público, entre outros conteúdos que servem de construção de suas imagens perante a população. Um recurso muito utilizado, entre os EUA/DEP (62,3%) e EUA/SE (77%), no uso do Youtube são os canais específicos. Por esse recurso, disponibilizado pela Rede Social, os políticos americanos criam páginas específicas com suas identidades visuais, e agregam vídeos de seu interesse, criando a impressão de estarmos dentro de um canal exclusivo sobre seu mandato. Com esse mecanismo criado pelo Youtube o internauta tem a chance de observar as atuações de seu representante, tendo acesso a informações que nunca seriam vinculadas pelos meios de comunicação tradicionais.

FIGURA 10: USO DO YOUTUBE PELOS CONGRESSISTAS AMERICANOS – CANAL ESPECÍFICO NO YOUTUBE DO CONGRESSISTA TOM PRICE (REPUBLICANO–GEÓRGIA)



FONTE: <http://www.youtube.com/user/RepTomPrice?feature=moby>

No caso dos parlamentares brasileiros o Twitter é a Rede Social mais utilizada. Entre os casos analisados, o Twitter é utilizado por 72,9% dos Deputados Federais, e 67,6% dos Senadores brasileiros. A segunda Rede Social mais popular, entre os políticos brasileiros, é o Orkut com 42,5% entre dos Deputados Federais e 51,4% entre os Senadores.

O interessante no uso do Twitter pelos parlamentares brasileiros é a popularidade dessa Rede Social no Brasil. Tomemos como exemplo o Twitter do Senador Roberto Requião (PMDB-PR), que é um dos mais populares e polêmicos entre os parlamentares brasileiros. Requião tinha, até a data da coleta de dados, 19.335 seguidores que recebiam 5 ou 6 intervenções (Tweets) do Senador por dia, sobre diversos assuntos, como: posicionamentos, informações sobre seu mandato, curiosidades do seu dia a dia, e entre outras informações que nunca chegariam ao público em geral sem a Rede Social. A capacidade interativa criada pelo Twitter possibilita que o internauta tenha acesso as atividades de seu representante em tempo real. Mesmo que essas informações sejam superficiais ou inúteis, o internauta acaba tendo um contato direto com o político, e criando laços de interação. Tanto é que o Twitter está sendo utilizado por diversos meios de

comunicação (Rádio, TV, Jornais) para pautar as ações dos parlamentares, seja em aspectos da vida pessoal ou de suas atuações no meio público.

FIGURA 11: USO DO TWITTER – SENADOR ROBERTO REQUIÃO (PMDB-PR)



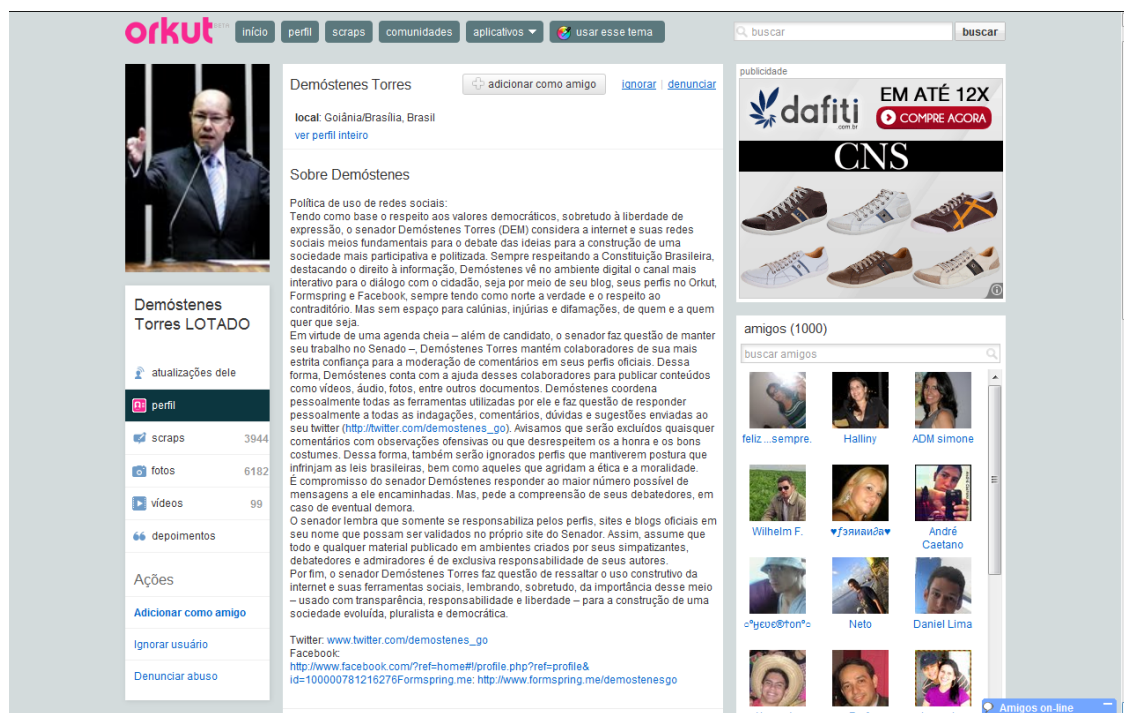
FONTE: <http://twitter.com/#!/requiaopmdb>

Outra Rede Social muito utilizada pelos parlamentares brasileiros é o Orkut. Os parlamentares que fazem dessa Rede Social têm como intuito principal estabelecer um ponto de ligação entre seus eleitores, coadunando em um só espaço indivíduos com posições, ideias e opiniões semelhantes. Através das comunidades e perfis criados no Orkut os parlamentares podem difundir uma série de informações e posicionamentos referentes a sua atuação parlamentar. Além disso, o Orkut cria a noção de proximidade entre representante e representado, dando aos componentes das comunidades e dos perfis a ideia de estarem ligados por uma afinidade específica. Apesar de ser uma Rede Social muito popular no Brasil, o Orkut vem perdendo adeptos nos últimos anos, principalmente pela limitação de suas ferramentas, e pela ascensão de outras Redes Sociais mais dinâmicas e modernas.

Um exemplo de uso do Orkut pelos parlamentares brasileiros é do Senador Demóstenes Torres (DEM-GO). Torres faz uso do Orkut para difundir materiais de campanha, promover mobilizações em suas bases, e difundir o uso de outras

Redes Sociais, como: Facebook e Twitter. O Senador goiano tem 5 perfis ativos no Orkut, todos estão lotados, ou seja, ele consegue contato direto com mais de 5 mil pessoas somente pelo uso dessa Rede Social.

FIGURA 12: USO DO ORKUT PELOS PARLAMENTARES BRASILEIROS – SENADOR DEMÓSTENES TORRES (DEM-GO)



FONTE: <http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=17716517522519260549>

Podemos concluir que o uso de Redes Sociais pelos parlamentares brasileiros e americanos é uma situação nova, mas que vem inserindo uma lógica diferenciada no uso da internet pelas elites. Assim como afirmam Lilleker e Jackson (2009) os mecanismos da web 2.0, em especial as Redes Sociais, possibilitam a construção da imagem do político de maneira diferenciada, apresentando-os como indivíduos comuns dotados de personalidade e em contraposição a imagem do político habitual.

3.3 CONCLUSÕES

Conforme as análises dos dados sobre o uso da internet, observamos que de forma predominante as elites políticas americanas usam os meios digitais de forma abrangente, já que a ampla maioria dos parlamentares tem websites próprios e

fazem uso de Redes Sociais, o que não é observado no caso brasileiro, que tem um grande índice de parlamentares excluídos dos meios digitais.

Apesar de o capítulo anterior ter identificado o site institucional da Câmara dos Deputados como um exemplo no uso da internet, isso não ocorre quando analisamos os sites pessoais dos parlamentares. Os sites pessoais dos parlamentares brasileiros deixam à desejar em quesitos como: uso de ferramentas de navegabilidade, disponibilização de informações sobre accountability, comportamento parlamentar. Os parlamentares brasileiros tendem a utilizar os seus websites como forma de comunicação vinculada a suas figuras pessoais, e principalmente, na construção de sua imagem perante o público em geral, deixando de lado seus posicionamentos e atuações parlamentares. Assim, como os políticos americanos, os parlamentares brasileiros deixam a desejar em elementos de participação, mas identificamos, em contraposição, uma ascensão em quesitos como mobilização, integração e interatividade no uso de redes.

Nas análises sobre a forma dos websites dos parlamentares brasileiros concluímos que existe um predomínio do padrão web 2.0 entre os BR/DEP, mas entre os BR/SE a prevalência é de outdoor personalizado, o que demonstra que o Brasil ainda está em evolução no quesito uso da internet. No que se refere aos conteúdos vinculados nos websites, os parlamentares brasileiros privilegiam conteúdos voltados ao “clientelismo/constituency Service”, seguido de conteúdos vinculados a “ênfase a atividade parlamentar”, assim como identificado por Braga, Nicolás e Becher (2009), em suas análises sobre os websites dos políticos nas campanhas eleitorais.

Quando falamos dos parlamentares americanos verificamos que a forma dos websites segue uma tendência da web 2.0, tanto entre os EUA/DEP e EUA/SE, seguido de sites que privilegiam “Comunicação e informação”, uma tendência muito influenciada pelo grande percentual de sites que usa mecanismos de interação com as Redes Sociais. O conteúdo dos websites americanos prevalece em dois tipos principais: “ênfase na atividade parlamentar” e sites que privilegiam o “clientelismo/constituency Service”, situação muito influenciada pelo sistema representativo distrital dos EUA.

Analisando de maneira mais profunda os websites, observamos que os sites pessoais dos políticos americanos tem um nível de “Navegabilidade” melhor que os brasileiros, com uso de ferramentas que facilitam a navegação aos internautas. Além

disso, os websites americanos fazem um uso singular de elementos de interação, mobilização, comunicação e uso de Redes Sociais. Entretanto, deixam a desejar, assim como o site institucional da House of Representatives, na disponibilização de informações de accountability e uso de ferramentas de participação e deliberação.

Em suma, podemos afirmar, através da análise dos websites pessoais dos parlamentares analisados, que os EUA/DEP e os EUA/SE usam suas páginas pessoais de forma positiva, disponibilizando informações importantes, fazendo a comunicação com seus eleitores, promovendo mecanismos de participação e interação de forma muito mais efetiva que os políticos brasileiros. Tal situação entra em contraposição direta com os dados auferidos na análise dos sites institucionais das casas legislativas, que demonstram que o site da House of Representatives e do U.S Senate tem índices baixos de transparência deixando de utilizar uma série de ferramentas importantes para a promoção da accountability.

4. PADRÕES DE RECRUTAMENTO E DE USO DA WEB PELAS ELITES PARLAMENTARES BRASILEIRAS E NORTE-AMERICANA

Nesse capítulo buscaremos analisar os parlamentares que compõe as casas legislativas do Brasil e dos Estados Unidos da América, procurando examinar alguns atributos de seu perfil social e trajetória política, e através disso buscaremos dimensionar alguns elementos referentes ao uso que as elites políticas fazem da internet. Como já havíamos mencionado anteriormente, utilizaremos como fontes de nossa pesquisa os sites institucionais das casas legislativas, assim como as páginas pessoais dos parlamentares, já que nosso objetivo principal não é somente elaborar um perfil das elites parlamentares, mas mensurar e avaliar o uso que tais atores fazem da internet. De posse desses dados podemos começar a coletar evidências sobre a existência de diferentes padrões de recrutamento e de uso da web pelas elites parlamentares de cada um dos países.

Buscaremos relacionar três dimensões principais dos parlamentares brasileiros e americanos: (i) filiação partidária, (ii) origem regional, e alguns elementos do (iii) perfil sociopolítico. De posse dessas informações, buscaremos correlacionar quatro dimensões do uso da internet pelos parlamentares da última legislatura: (i) uso de e-mail e website; (ii) tipos de website; (iii) uso de mídias sociais; e, por fim, a (iv) intensidade do uso das mídias sociais. Tendo em vista o objetivo de avançarmos na reflexão a respeito da busca dos fatores explicativos sobre o padrão de uso das ferramentas virtuais nas democracias analisadas partiremos de duas proposições básicas: (i) em nível agregado, em termos partidários também se verificam padrões diferenciais de uso da Web entre os parlamentares dos EUA e do Brasil, com os partidos de direita revelando um uso mais intenso da Web nos EUA, ao contrário do que ocorre no Brasil; (ii) embora possamos falar de um “digital divide” no uso da internet no caso brasileiro, numa análise mais “fina” as variáveis socioeconômicas são insuficientes para explicar as diferenças de uso da internet pelos parlamentares brasileiros, assim temos que recorrer a explicações de cunho propriamente político para explicar as diferenças de grau e de natureza de uso da internet nas diferentes categorias de atores políticos.

Lembramos que, como não conseguimos obter informações satisfatórias sobre várias dimensões do recrutamento e da trajetória política dos parlamentares norte-americanos, assim como não conseguimos tabular os dados sobre as regiões econômicas deste país, analisaremos estas dimensões do recrutamento político apenas para o caso brasileiro.

4.1. O PERFIL PARTIDÁRIO DO USO DA INTERNET PELOS PARLAMENTARES BRASILEIROS E NORTE-AMERICANOS

Inicialmente, analisaremos a relação entre a distribuição partidária das elites parlamentares brasileiras e norte-americanas, e as várias dimensões do uso da internet por estes atores políticos. Para simplificar a exposição analisaremos apenas as grandes representações partidárias presentes nos órgãos parlamentares e representativas dos grandes blocos ideológico-programáticos, ou seja, o Partido Republicano dos EUA (referido nas tabelas como EU/Rep), o Partido Democrata do mesmo país (EU/Dem), no caso brasileiro, verificamos: Democratas (DEM, representativa do campo ideológico da direita); PMDB (representativo do centro); o bloco PSDB/PPS (centro-direita); o Partido dos Trabalhadores (PT, representativo da esquerda), os pequenos partidos de direita (ppd), e os pequenos partidos de esquerda (ppe). O objetivo desta divisão é verificar se existem associações entre as várias dimensões do uso da internet, linhas de força político-ideológicas e programáticas mais relevantes existentes em cada uma das casas legislativas.

A primeira dimensão que analisaremos é uma caracterização mais geral do uso de algumas ferramentas básicas da internet pelos diferentes partidos políticos, tais como, uso de e-mail, uso de website, o tipo de website predominantemente (website pessoal, institucional ou blog), e se o site permaneceu no ar mesmo após o período da campanha eleitoral, em fevereiro de 2011²⁶.

Esses dados sobre o uso da internet pelos partidos políticos estão expostos na tabela 13.

²⁶ Infelizmente, não conseguimos tabular para esta dissertação os dados sobre “ambição política” dos deputados no pleito de outubro de 2010 e taxa de sucesso eleitoral. Pretendemos, no entanto, concluir a tabulação desses dados em níveis mais avançados da presente pesquisa.

TABELA 13: USO DA INTERNET PELOS PARTIDOS: UM MAPEAMENTO PRELIMINAR (BRASIL X EUA, 2º SEM 2010)

| | EU/DEM | EU/REP | DEM | PMDB | PSDB | PT | Total | Total |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | % | % | % | % | % | % | N | % |
| Tem email para contato? | | | | | | | | |
| Não | 82,7% | 84,2% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 452 | 39,8% |
| Sim | 17,3% | 15,8% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 683 | 60,2% |
| Tem site? | | | | | | | | |
| Não | 1,0% | ,5% | 17,6% | 21,9% | 7,4% | 2,2% | 93 | 8,2% |
| Sim | 99,0% | 99,5% | 82,4% | 78,1% | 92,6% | 97,8% | 1042 | 91,8% |
| Site tipo | | | | | | | | |
| Sem website | 1,0% | ,5% | 17,6% | 21,9% | 7,4% | 2,2% | 93 | 8,2% |
| Website pessoal | 5,4% | 3,6% | 59,5% | 61,4% | 77,8% | 80,2% | 434 | 38,2% |
| Website institucional | 93,6% | 95,5% | 10,8% | 12,3% | 9,9% | 12,1% | 568 | 50,0% |
| Blog | ,0% | ,5% | 12,2% | 4,4% | 4,9% | 5,5% | 40 | 3,5% |
| Site no ar em fevereiro de 2011? | | | | | | | | |
| Não | 17,9% | 9,9% | 33,8% | 37,7% | 27,2% | 17,6% | 263 | 23,2% |
| Sim | 82,1% | 90,1% | 66,2% | 62,3% | 72,8% | 82,4% | 872 | 76,8% |
| | 312 | 222 | 74 | 114 | 81 | 91 | 100,0% | 1135 |
| | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 1135 | 100,0% |

FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

Pelos dados podemos verificar em forma desagregada os padrões diferenciais de uso da internet pelos parlamentares de ambos os países. Verificamos inicialmente que, enquanto a totalidade dos parlamentares brasileiros disponibilizam o e-mail para contato com o eleitor, os deputados e senadores norte-americanos raramente o fazem, e isso se trata de uma adesão à uma política institucional das casas legislativas brasileiras, que não disponibilizam os endereços eletrônicos dos parlamentares no ambiente virtual. O segundo dado interessante da tabela é que em ambos os países, existe uma ampla maioria dos parlamentares, de diferentes partidos, que se utilizam dos websites para divulgar suas atividades parlamentares. Entretanto, no caso brasileiro, podemos observar uma ligeira variação, pois o PT, assim como já detectado por vários levantamentos efetuados anteriormente (Braga & Nicolás, 2009; Góes Ricken, 2009), é a agremiação cujos parlamentares mais recorrem a websites para divulgar suas atividades, assim como o bloco PSDB/PT.

No tocante ao tipo de website, também verificamos uma variação de padrão entre os parlamentares do Brasil e dos EUA. Os parlamentares dos EUA (tanto deputados como senadores) utilizando amplamente websites institucionais para divulgar seus trabalhos. Entretanto, para o caso brasileiro já verificamos certa margem de variação, mais uma vez com PT e PSDB se diferenciando do PMDB e do DEM com maior recurso aos websites pessoais, e, portanto evidenciando uma maior

disposição de parlamentares destes partidos a gerirem de maneira mais autônoma as respectivas plataformas virtuais.

Por fim, um último indicador preliminar do padrão de uso de websites pelos parlamentares de Brasil e EUA seria a permanência dos websites, após a realização dos pleitos eleitorais até o final das respectivas legislaturas, em janeiro de 2011, no caso dos EUA, e em fevereiro do mesmo ano, no caso do Brasil. Podemos afirmar que esse fato pode ser tomado como um indicador indireto do maior grau de comprometimento dos deputados norte-americanos com um uso menos “eleitoreiro” da web, e mais relacionado à divulgação de propostas de mandato independentemente dos resultados eleitorais. Examinando os dados, verificamos uma acentuada queda em todos os partidos de ambos os países, sendo que os partidos que apresentaram maiores quedas foram o Partido Democrata dos EUA (17,0% dos websites foram retirados do ar após o período eleitoral), e o DEM (16,2%) e o PSDB/PPS (19,8%) brasileiros, evidenciando um uso “eleitoreiro” dos websites, pois foram justamente os partidos derrotados nas eleições .

A segunda dimensão do uso da Web pelos parlamentares refere-se ao *tipo predominante* de websites utilizados pelos parlamentares para interagir com os cidadãos. Para mapear tal uso, laçamos mão da metodologia desenvolvida no Grupo de estudos: Democracia, Instituições Políticas e Novas Tecnologias da UFPR, que tem como objetivo averiguar como as elites políticas se comportam no mundo virtual. Utilizaremos basicamente uma versão adaptada do modelo elaborado por Andy Williamson (2009) em seu estudo sobre o parlamento britânico. Nesse trabalho o autor, com a utilização de survey e grupos focais, buscando mapear as considerações dos parlamentares sobre o uso da internet, a fim de definir como tais atores se comportam nos meios digitais. Com esse trabalho o autor consegue mapear o uso feito pelos parlamentares das ferramentas virtuais, auferindo a partir de um grupo de 10 variáveis agrupadas em um gradiente de ferramentas e recursos mais e menos passivos, e mais e menos interativos. Para a melhor compreensão dessa metodologia segue o quadro abaixo: (Williamson, 2009, p 5).

QUADRO 2: GRAUS DE USO DOS WEBSITES A PARTIR DA METODOLOGIA DE WILLIAMSON (2009)

Table 1: Dynamic nature of web-based media.

| | |
|----------------------------|--------------------|
| Party website | More passive |
| Personal website | |
| Email newsletter | |
| Web-based campaigning | |
| Web-based discussion forum | ↑ |
| Email (for correspondence) | ↓ |
| Texting to mobile phones | |
| Blog | |
| Social networking | |
| Instant messaging | More participatory |

FONTE: Williamson (2009)

As variáveis utilizadas para a definição desses dados passam: pelas formas de apresentação dos sites, pela quantidade de informação presente, e até mesmo as maneiras de interação dos parlamentares com o público. Tal metodologia, já foi utilizada de maneira experimental por Braga, Nicolás e Cruz (2010), para analisar o uso das NTIC's pelas elites políticas na América Latina. Essa metodologia busca estabelecer cinco tipologias básicas para o uso da internet: (i) outdoor pessoal; (ii) outdoor partidário; (iii) a ênfase as atividades parlamentares; (iv) comunicação e interação; (v) web 2.0.

O **outdoor pessoal** seria aquele website que destaca a figura do político e de suas atividades. Estas páginas têm como principal característica a promoção da imagem do político como indivíduo, desvinculado de questões partidárias, e com pouca prevalência para a atividade como representante político.

O **outdoor partidário** seria um website que tem como principal característica a vinculação do político com sua agremiação partidária. As políticas defendidas pelo partido e no partido têm grande destaque, nestas páginas a legenda sempre fica bem visível, e muitas vezes a figura do político se confunde com os símbolos partidários.

Os sites que dão **ênfase a atividade parlamentar**, são os ambientes virtuais onde há grande destaque para as atividades do político nas casas legislativas, seja na proposição de leis, discursos, ou atividades dos parlamentares.

Já os websites de **comunicação e interação** são páginas que demonstram grande quantidade e diversidade de conteúdo, nem sempre vinculados a atuação do político, essas páginas primam pela transmissão de informações em detrimento de outros fatores.

E por fim, os **web 2.0** são sites com mecanismos de uso dos recursos digitais muito mais dinâmico, onde o receptor pode estar em constante contato com a informação e interagir com ela. Há uma efetiva colaboração do receptor na produção, disseminação e rearranjo da informação. Ao mesmo tempo em que o eleitor tem contato com as informações, ele pode responder e se comunicar através delas.

Em relação à *característica predominante* do website parlamentar, utilizamos uma tipologia com cinco itens básicos: a) “Outdoor pessoal” (i. e., quando o site do parlamentar é focado predominantemente na personalidade e nas realizações pessoais do candidato, assim com na “conexão eleitoral” por ele estabelecida com o eleitor); b) “outdoor partidário” (mesmo tipo que o anterior, mas com maior ênfase nas políticas e no rótulo partidário); c) ênfase nas atividades parlamentares (caso em que as ferramentas da Web são usadas predominantemente para divulgar as atividades parlamentares do candidato); d) comunicação e interação (ocorre quando os websites dos parlamentares apresentam mais recursos para se comunicar e interagir com o eleitor, tais como newsletter, boletins informativos, vídeos e outros recursos de comunicação); e) e, por fim e mais importante, “Parlamentares Web 2.0”, que são websites nos quais estavam presentes, durante o período da pesquisa (1 semestre de 2009) ferramentas de participação e interação mais avançadas que permitem uma maior participação dos cidadãos no processo deliberativo referente à ação política dos parlamentares e maior acesso à informação mediante plataformas multimídia. (Braga & Nicolás, 2010, p.17)

No tocante ao *conteúdo predominante difundidos através dos websites*, definimos cinco tipos básicos: (i) *clientelismo/constituency service*, onde há ênfase na capacidade do político de transferir recursos ou executar serviços e obras para uma determinada localidade ou determinado grupo específico de eleitores; (ii) *ênfase na atividade parlamentar*, onde o website é utilizado predominantemente para a divulgação da atividade do parlamentar, tais como discursos proferidos, projetos de lei sugeridos, requerimentos apresentados etc.; (iii) *ênfase na atividade do partido*, onde é dado bastante destaque aos símbolos e às propostas da agremiação partidária ao qual o parlamentar é filiado e divulgadas as propostas do partido; (iv) *ênfase em interesses setoriais* de várias naturezas, onde são ostentadas no website as ligações e os vínculos do políticos com interesses organizados da sociedade civil e movimentos associativos de várias naturezas, tais como

associações empresariais, movimentos sociais, sindicatos, movimentos estudantis, categorias profissionais etc; (v) *maior densidade ideológico-programática*, onde o website é utilizado para difundir propostas de grande apelo ideológico-programático não necessariamente vinculado às bandeiras do partido, tais como causas ecológicas, defesa do socialismo, da livre iniciativa, combate à corrupção, enfim, a temas mais gerais e substantivos debatidos pela coletividade de referência do líder político, sem necessariamente vinculá-lo a um partido ou grupo específico, ou à atuação parlamentar do político, tal como evidenciado pelos projetos e proposições apresentados.

Entretanto, quando o website do parlamentar não tivesse um padrão *predominante* (lembrando que as categorias acima não são mutuamente excludentes), houve a tipificação de um padrão *diversificado/sem padrão dominante*. Aplicada a tipologia aos parlamentares analisados, obtivemos os dados resumidos na tabela 14.

TABELA 14: TIPO PREDOMINANTE DE WEBSITE DOS PARLAMENTARES DO BRASIL E EUA (TIPO DE WEBSITE X PARTIDO POLÍTICO)

| | <i>EU/DEM</i> | <i>EU/REP</i> | <i>DEM</i> | <i>PMDB</i> | <i>PSDB/PPS</i> | <i>PT</i> | <i>Total</i> |
|------------------------------------|---------------|---------------|--------------|--------------|-----------------|--------------|--------------|
| | % | % | % | % | % | % | % |
| SITE FORMA | | | | | | | |
| Diversificado/sem padrão | 16,7% | 9,9% | 10,8% | 10,2% | 10,9% | 8,6% | 10,3% |
| Sem website | 1,0% | ,5% | 28,6% | 31,4% | 26,0% | 10,0% | 21,6% |
| Outdoor virtual | 4,5% | 3,6% | 24,9% | 25,4% | 25,7% | 27,1% | 20,2% |
| Comunicação e Mídias | 13,8% | 9,9% | 5,4% | 6,7% | 6,8% | 8,6% | 7,9% |
| Web 2.0 | 64,1% | 76,1% | 30,3% | 26,1% | 30,6% | 45,7% | 40,0% |
| SITE CONTEUDO | | | | | | | |
| Sem padrão dominante/misto | 16,7% | 9,9% | 10,8% | 10,2% | 10,9% | 8,6% | 10,3% |
| Sem website | 1,0% | ,5% | 28,6% | 31,4% | 26,0% | 10,0% | 21,6% |
| Clientelismo/constituency service/ | 36,5% | 41,9% | 30,3% | 29,3% | 23,0% | 18,1% | 29,3% |
| Ênfase na atividade parlamentar | 44,9% | 46,4% | 21,1% | 21,2% | 27,9% | 28,5% | 28,7% |
| Ênfase na atividade do partido | 1,0% | 1,4% | 3,2% | 2,5% | 4,5% | 20,8% | 4,6% |
| Ênfase em interesses setoriais | ,0% | ,0% | 1,6% | 1,4% | ,8% | 2,3% | 1,1% |
| Densidade programática | ,0% | ,0% | 4,3% | 3,9% | 6,8% | 11,8% | 4,4% |
| TOTAL | 312 | 222 | 74 | 114 | 81 | 91 | 1135 |
| | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

Também aqui encontramos padrões bastante distintos de uso da Web tanto entre os países analisados quanto no interior de cada país. No tocante à *forma dos websites* também podemos observar um amplo predomínio, no caso dos EUA, dos “políticos Web 2.0”, ou seja, aquele que articula o uso de seus websites com um uso intenso das mídias sociais. Surpreendentemente, no entanto, dada a expectativa

causada pelo ambiente brasileiro, onde geralmente os parlamentares da esquerda usam com mais intensidade os recursos da Web, foram os deputados e senadores do Partido Republicano americano, ou seja, um partido situado mais à direita no campo ideológico, que usa com mais intensidade os websites como plataformas de incentivo ao uso de mídias sociais, tais como twitter, facebook. No caso brasileiro, também o PT uma vez mais destacou, apresentando um percentual bastante acentuado de parlamentares “Web 2.0”, tanto na Câmara dos Deputados como no Senador Federal.

Já no tocante ao *conteúdo dos websites*, ou seja, das mensagens predominantemente difundidas através dos websites, os dados são de certa forma surpreendentes, na medida em que podemos detectar um padrão bastante concentrado em duas funções básicas (*serviços ao eleitor e ênfase na atividade parlamentar*), como ligeiro predomínio dos EUA. Nossa expectativa inicial era a de que as agremiações norte-americanas utilizassem com mais frequência suas plataformas virtuais para difundir propostas de cunho ideológico-programático, ou mesmo a defesa de movimentos setoriais. Entretanto, tal expectativa não se concretizou e os websites dos deputados e senadores americanos se demonstraram mais dedicados em estabelecer uma comunicação mais direta com o eleitor e sua base eleitoral, ou a divulgar sua atuação parlamentar, com pouco espaço para os símbolos partidários ou propostas político-ideológicas mais abrangentes²⁷. O dado interessante é que esse fenômeno ocorre também no Brasil, não obstante as características institucionais dos sistemas políticos desse países. Excetuando o caso do PT e dos pequenos partidos de esquerda (ppe, não apresentados na tabela), ambos com altos percentuais de websites com um cunho político-ideológico.

A quarta dimensão do uso da internet pelos parlamentares é o grau em que estes usam as mídias sociais, um recurso que vem sendo progressivamente utilizado pelos parlamentares de vários países do mundo. Por “mídias sociais” entendemos aquelas ferramentas que permitem a produção de conteúdos de forma descentralizada usando as novas tecnologias e a internet, tais com twitter, orkut,

²⁷ Já vimos na análise anterior que pouquíssimos parlamentares norte-americanos ostentam a simbologia do partido em seu websites. Podemos também formular a hipótese de que a função de expressar o posicionamento dos parlamentares norte-americanos em relação a tema de apelo político-ideológico mais abrangente é cumprida pelas *issues*, presentes na maior parte dos parlamentares norte-americanos. Entretanto, as questões abordadas por tais *issues*, quase nunca desempenham papel de destaque nos websites dos parlamentares norte-americanos, motivo pelo qual não os qualificamos com “ideológico-programáticos”.

canais do youtube. Tais mecanismos permitem a criação de canais mais colaborativos de produção de conteúdos entre usuários da internet (Recuero, 2009).

A frequência do uso de mídias sociais pelos diferentes partidos do Brasil e dos EUA é informada pela tabela 15.

TABELA 15: USO DE MÍDIAS SOCIAIS PELOS PARLAMENTARES DO BRASIL E EUA (POR PARTIDO, 2º SEM. 2010)

| | EU/DEM | EU/REP | DEM | PMDB | PSDB/PPS | PT | Total |
|------------------------|--------|--------|--------|--------|----------|--------|--------|
| | % | % | % | % | % | % | % |
| Mídias sociais | 82,1% | 86,0% | 63,5% | 54,4% | 71,6% | 81,3% | 74,7% |
| Twitter | 54,8% | 63,1% | 62,2% | 49,1% | 65,4% | 78,0% | 60,3% |
| Youtube/pagina inicial | 53,2% | 69,8% | 25,7% | 21,1% | 33,3% | 44,0% | 44,3% |
| Canal do youtube | 52,6% | 69,8% | 24,3% | 17,5% | 32,1% | 42,9% | 42,7% |
| Facebook | 70,2% | 71,6% | 24,3% | 21,1% | 34,6% | 45,1% | 48,7% |
| Orkut | ,3% | ,0% | 27,0% | 31,6% | 42,0% | 47,3% | 19,0% |
| Myspace | ,6% | 1,4% | 4,1% | 1,8% | 4,9% | 4,4% | 2,4% |
| Sonico | ,3% | ,0% | ,0% | ,9% | 3,7% | 1,1% | ,8% |
| Delicious | 1,0% | ,0% | ,0% | ,9% | ,0% | 1,1% | ,5% |
| Linkedin | 1,3% | 1,8% | ,0% | 1,8% | 2,5% | 1,1% | 1,5% |
| Flick | 22,4% | 14,0% | 13,5% | 14,0% | 27,2% | 34,1% | 19,4% |
| | 312 | 222 | 74 | 114 | 81 | 91 | 1135 |
| | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

Pelos dados da tabela 15 podemos verificar que já é ampla a difusão das mídias sociais pelos parlamentares de ambos os países, dado que, dos 1135 parlamentares pesquisados quase 75,0% deles, ou seja, a imensa maioria, já faz uso das mídias sociais. Entretanto, podemos observar que esse percentual não se distribui de maneira homogênea pelos parlamentares das quatro casas legislativas, o que mais uma vez reforça a necessidade de articularmos variáveis de perfil e recrutamento, com variáveis de internet para termos um mapeamento mais completo do uso da web pelos segmentos das elites examinadas. Podemos perceber também que os parlamentares dos EUA, além de serem usuários das mídias sociais de uma maneira geral, usam de forma intensa ferramentas tais como vídeos e canais do youtube e facebook, as duas ferramentas virtuais básicas usadas pelos parlamentares norte-americanos, além do twitter. Surpreendentemente, no entanto, os deputados e senadores brasileiros são mais “twiteiros” que seus congêneres norte-americanos, e também usam Orkut e Flick com mais frequência.

No que se refere ao uso de mídias sociais pelos diferentes partidos representados nas casas legislativas, o Partido Republicano dos EUA é a agremiação com maior grau de uso de tais ferramentas digitais, com 86,0% de seus deputados e senadores usando os mais variados tipos de mídias, além de serem os maiores usuários de canais e vídeos no youtube e facebook. Em relação ao Brasil, mais uma vez o PT destaca-se em comparação com os demais partidos, com seus deputados e senadores sendo os mais assíduos usuários de todas as redes sociais. O PT também é o partido com maior percentual de deputados “twiteiros” dentre as quatro casas legislativas examinadas, além de ser o maior usuário do Orkut. Verificamos assim que mais uma vez o pertencimento às diferentes legendas partidárias conta para explicar os diferentes usos da internet pelos subgrupos das elites parlamentares, com parlamentares de partido de direita e de oposição usando com mais intensidade tais ferramentas virtuais no caso dos EUA, e parlamentares do partido mais estruturado de esquerda usando tal recurso no caso brasileiro.

Por fim, podemos analisar uma última dimensão de uso da web pelos parlamentares que é a intensidade no uso de mídias sociais. Para essa variável fizemos uso dos seguintes indicadores: (i) número de pessoas que os deputados e senadores estão seguindo (following); (ii) número de seguidores do twitter (followers); (iii) número de twitters postado por cada parlamentar. Para mensurar esta intensidade agrupamos os parlamentares usuários de twitter e youtube em cinco categorias: (i) inativos (0 a 50 unidades observadas); (ii) pouco ativos (50 a 100 unidades); (iii) ativos (100 a 500 observações); (iv) muito ativos (500 a 1000 unidades); (v) e, por fim, os “aficionados” com mais de 1000 unidades observadas.

Os dados sobre a intensidade de uso do twitter por partido estão resumidos na tabela 16:

TABELA 16: INTENSIDADE DO USO DE TWITTER PELOS PARLAMENTARES DO BRASIL E EUA (POR PARTIDO, 2º SEM. 2010)

| | <i>EU/DEM</i> | <i>EU/REP</i> | <i>DEM</i> | <i>PMDB</i> | <i>PSDB /PPS</i> | <i>PT</i> | <i>Total</i> |
|--------------------------|---------------|---------------|------------|-------------|------------------|-------------|--------------|
| | % | % | % | % | % | % | % |
| TWITTER/FOLLOWING | | | | | | | |
| Sem twitter | 49,7 | 39,2 | 37,8 | 51,8 | 34,6 | 22,0 | 42,3 |
| Inativos: 0 a 50 | 18,9 | 11,7 | 12,2 | 11,4 | 17,3 | 12,1 | 14,4 |
| Pouco ativos: 50 a 100 | 8,7 | 5,9 | 6,8 | 6,1 | 4,9 | 6,6 | 6,6 |
| Ativos: 100 a 500 | 16,0 | 17,1 | 18,9 | 17,5 | 13,6 | 35,2 | 18,4 |
| Muito ativos: 500-1000 | 2,2 | 5,9 | 8,1 | 5,3 | 8,6 | 5,5 | 5,7 |
| Aficionados: + de 1000 | 4,5 | 20,3 | 16,2 | 7,9 | 21,0 | 18,7 | 12,6 |
| TWITTER/FOLLOWERS | | | | | | | |
| Sem twitter | 45,2 | 36,9 | 37,8 | 50,9 | 34,6 | 22,0 | 40,1 |
| Inativos: 0 a 50 | 1,9 | 2,3 | 5,4 | 6,1 | 7,4 | 5,5 | 4,3 |
| Pouco ativos: 50 a 100 | 1,9 | ,9 | ,0 | ,0 | 2,5 | ,0 | 1,1 |
| Ativos: 100 a 500 | 12,5 | 6,3 | 8,1 | 10,5 | 8,6 | 9,9 | 10,9 |
| Muito ativos: 500-1000 | 7,1 | 5,4 | 17,6 | 7,0 | 11,1 | 15,4 | 8,4 |
| Aficionados: + de 1000 | 31,4 | 48,2 | 31,1 | 25,4 | 35,8 | 47,3 | 35,2 |
| N/TWITTERS | | | | | | | |
| Sem twitter | 46,2 | 39,6 | 37,8 | 53,5 | 34,6 | 22,0 | 41,3 |
| Inativos: 0 a 50 | 11,5 | 5,4 | 8,1 | 7,0 | 9,9 | 9,9 | 9,3 |
| Pouco ativos: 50 a 100 | 8,0 | 4,1 | 4,1 | 1,8 | 3,7 | 1,1 | 4,4 |
| Ativos: 100 a 500 | 27,6 | 26,1 | 10,8 | 14,9 | 11,1 | 15,4 | 19,9 |
| Muito ativos: 500-1000 | 4,2 | 14,9 | 17,6 | 7,0 | 12,3 | 14,3 | 9,6 |
| Aficionados: + de 1000 | 2,6 | 9,9 | 21,6 | 15,8 | 28,4 | 37,4 | 15,4 |
| TOTAL | 312 | 222 | 74 | 114 | 81 | 91 | 1135 |
| | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

No caso da intensidade de uso do twitter entre os diferentes partidos, podemos observar um padrão mais variado, na medida em que existe certo equilíbrio entre as casas legislativas dos EUA e do Brasil. Os partidos que mais possuem seguidores mais uma vez são o Partido Republicano, dos EUA, e o PT no Brasil. Entretanto, os parlamentares brasileiros são mais “twiteiros” que os norte-americanos, com PT e PSDB liderando o percentual de parlamentares que lançaram mais de 1.000 twitters no período.

Outro indicador que pode ser usado para avaliar a intensidade do uso das mídias sociais pelos políticos é o número de exibições do canal do youtube e o número de exibições do material enviado. Estes dados estão expostos na tabela 17:

TABELA 17: INTENSIDADE DO USO DE YOUTUBE PELOS PARLAMENTARES DO BRASIL E EUA (POR PARTIDO, 2º SEM. 2010)

| | <i>EU/DEM</i> | <i>EU/REP</i> | <i>DEM</i> | <i>PMDB</i> | <i>PSDB/PPS</i> | <i>PT</i> | <i>Total</i> |
|--|---------------|---------------|------------|-------------|-----------------|-----------|--------------|
| | % | % | % | % | % | % | % |
| N/EXIBIÇÕES DO CANAL DO YOUTUBE | | | | | | | |
| Inativos: 0 a 50 | 47,8% | 31,1% | 78,4% | 84,2% | 72,8% | 61,5% | 59,0% |
| Pouco ativos: 50 a 100 | ,3% | ,5% | ,0% | ,0% | 1,2% | ,0% | ,3% |
| Ativos: 100 a 500 | ,0% | ,0% | 1,4% | ,0% | ,0% | ,0% | ,3% |
| Muito ativos: 500-1000 | 1,3% | ,9% | ,0% | 1,8% | 1,2% | 4,4% | 1,5% |
| Aficionados: + de 1000 | 50,6% | 67,6% | 20,3% | 14,0% | 24,7% | 34,1% | 38,9% |
| M/EXIBIÇÕES MATERIAL ENVIADO | | | | | | | |
| Inativos: 0 a 50 | 47,8% | 30,2% | 77,0% | 83,3% | 70,4% | 58,2% | 58,0% |
| Pouco ativos: 50 a 100 | ,0% | ,0% | 2,7% | ,0% | 2,5% | 1,1% | ,9% |
| Ativos: 100 a 500 | 1,3% | ,9% | 4,1% | 7,9% | 12,3% | 14,3% | 4,6% |
| Muito ativos: 500-1000 | 3,2% | 2,3% | 4,1% | 6,1% | 6,2% | 9,9% | 5,2% |
| Aficionados: + de 1000 | 47,4% | 66,2% | 12,2% | 2,6% | 8,6% | 15,4% | 30,9% |
| | 312 | 222 | 74 | 114 | 81 | 91 | 1135 |
| | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

FONTE: Base de dados do grupo de pesquisa

Já nesse caso há um acentuado desequilíbrio entre as casas legislativas, na medida em que, como já observado, não apenas os parlamentares norte-americanos usam esse recurso mais frequentemente, mas também com maior intensidade. Destaca-se mais uma vez o Partido Republicano, com 67,9% de deputados e senadores com mais de 1000 exibições no canal do youtube, quase a mesma proporção de exibição do material enviado, mostrando ser esta uma mídia intensamente utilizada pelos parlamentares dos EUA.

4.2. PERFIL REGIONAL DE USO DA INTERNET PELOS DEPUTADOS E SENADORES BRASILEIROS

A região do país também se demonstrou um elemento a ser considerado quando falamos da relação entre perfil e comportamento virtual. Como não tínhamos referências sobre as divisões políticas e econômicas das regiões dos EUA, somente foram rodados os dados referentes a essa variável no caso brasileiro.

No tocante a informações básicas sobre o uso da internet e websites, estes dados são fornecidos pela tabela 18.

TABELA 18: USO DA INTERNET PELOS PARLAMENTARES BRASILEIROS (POR REGIÃO, 2 SEM. 2010)

| | COESTE | | NORDESTE | | NORTE | | SUDESTE | | SUL | | TOTAL | |
|---------------------------|---------------|--------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|----------------|--------------|------------|--------------|--------------|--------------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| tem email? | | | | | | | | | | | | |
| Sim | 53 | 100,0 | 179 | 100,0 | 85 | 100,0 | 190 | 100,0 | 87 | 100,0 | 594 | 100,0 |
| TEM WEBSITE | | | | | | | | | | | | |
| Não | 7 | 13,2 | 36 | 20,1 | 10 | 11,8 | 25 | 13,2 | 11 | 12,6 | 89 | 15,0 |
| Sim | 41 | 77,4 | 131 | 73,2 | 66 | 77,6 | 156 | 82,1 | 74 | 85,1 | 468 | 78,8 |
| TIPO DE WEBSITE | | | | | | | | | | | | |
| Sem website | 7 | 13,2 | 36 | 20,1 | 10 | 11,8 | 25 | 13,2 | 11 | 12,6 | 89 | 15,0 |
| Website pessoal | 36 | 67,9 | 112 | 62,6 | 54 | 63,5 | 144 | 75,8 | 63 | 72,4 | 409 | 68,9 |
| Website institucional | 7 | 13,2 | 19 | 10,6 | 15 | 17,6 | 8 | 4,2 | 8 | 9,2 | 57 | 9,6 |
| Blog | 3 | 5,7 | 12 | 6,7 | 6 | 7,1 | 13 | 6,8 | 5 | 5,7 | 39 | 6,6 |
| SITE NO AR EM 2011 | | | | | | | | | | | | |
| Não | 17 | 32,1 | 63 | 35,2 | 30 | 35,3 | 54 | 28,4 | 20 | 23,0 | 184 | 31,0 |
| Sim | 36 | 67,9 | 116 | 64,8 | 55 | 64,7 | 136 | 71,6 | 67 | 77,0 | 410 | 69,0 |
| TOTAL | 53 | 100,0 | 179 | 100,0 | 85 | 100,0 | 190 | 100,0 | 87 | 100,0 | 594 | 100,0 |

FONTE: Elaboração própria.

Pelos dados da tabela 18, podemos observar que o uso das ferramentas da internet, excetuando o email, não se dá de maneira homogênea entre as diferentes regiões do país. No que se refere a esse aspecto, vemos que no caso brasileiro, os estados-membros mais desenvolvidos economicamente são as regiões onde os representantes políticos mais fazem uso da internet, dando destaque para a região Sudest (75,8%) e Sul (72,4%).

Mais interessantes, no entanto, são os dados sobre os tipos de websites predominantes nas diferentes regiões brasileiras:

TABELA 19: TIPO PREDOMINANTE DE WEBSITE DOS PARLAMENTARES BRASILEIROS (POR REGIÃO, 2. SEM 2010)

| | COESTE | | NORDESTE | | NORTE | | SUDESTE | | SUL | | TOTAL | |
|-------------------------------------|--------|-------|----------|-------|-------|-------|---------|-------|-----|-------|-------|-------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| SITE FORMA | | | | | | | | | | | | |
| Diversificado/sem padrão | 7 | 13,2 | 23 | 12,8 | 17 | 20,0 | 0 | ,0 | 0 | ,0 | 47 | 7,9 |
| Sem website | 8 | 15,1 | 36 | 20,1 | 10 | 11,8 | 25 | 13,2 | 11 | 12,6 | 90 | 15,2 |
| Outdoor virtual | 9 | 17,0 | 47 | 26,3 | 34 | 40,0 | 41 | 21,6 | 33 | 37,9 | 164 | 27,6 |
| Comunicação e Mídias | 2 | 3,8 | 11 | 6,1 | 7 | 8,2 | 14 | 7,4 | 10 | 11,5 | 44 | 7,4 |
| Web 2.0 | 27 | 50,9 | 62 | 34,6 | 17 | 20,0 | 110 | 57,9 | 33 | 37,9 | 249 | 41,9 |
| SITE CONTEUDO | | | | | | | | | | | | |
| Sem padrão dominante/misto | 7 | 13,2 | 23 | 12,8 | 17 | 20,0 | 0 | ,0 | 0 | ,0 | 47 | 7,9 |
| Sem website | 8 | 15,1 | 36 | 20,1 | 10 | 11,8 | 25 | 13,2 | 11 | 12,6 | 90 | 15,2 |
| Clientelismo/constituency service/ | 26 | 49,1 | 60 | 33,5 | 21 | 24,7 | 41 | 21,6 | 32 | 36,8 | 180 | 30,3 |
| Ênfase na atividade parlamentar | 7 | 13,2 | 46 | 25,7 | 26 | 30,6 | 69 | 36,3 | 29 | 33,3 | 177 | 29,8 |
| Ênfase na atividade do partido | 4 | 7,5 | 12 | 6,7 | 7 | 8,2 | 17 | 8,9 | 5 | 5,7 | 45 | 7,6 |
| Ênfase em interesses setoriais | 0 | ,0 | 1 | ,6 | 0 | ,0 | 5 | 2,6 | 2 | 2,3 | 8 | 1,3 |
| Densidade ideológica e programática | 1 | 1,9 | 1 | ,6 | 4 | 4,7 | 33 | 17,4 | 8 | 9,2 | 47 | 7,9 |
| TOTAL | 53 | 100,0 | 179 | 100,0 | 85 | 100,0 | 190 | 100,0 | 87 | 100,0 | 594 | 100,0 |

FONTE: Dados do grupo de pesquisa.

A tabela 19 demonstra um uso mais “moderno” das ferramentas da internet nas regiões com maior IDH médio. Com efeito, excetuando a região Sul, há uma concentração de sites do tipo “web 2.0” nas regiões centro-oeste e sudeste, com um percentual maior de sites do tipo “outdoor virtual”, com menor quantidade de recursos, na região norte. Entretanto, é no tocante ao conteúdo dos websites que as diferenças são mais acentuadas, com maior concentração de websites que difundem propostas de maior apelo ideológico nas regiões sul e sudeste. Isso pode indicar que os parlamentares do centro-oeste, embora usem intensamente as novas tecnologias, o façam para veicular políticas de tipo tradicional, mais voltadas para suas bases eleitorais, num padrão próximo ao norte-americano.

Em relação ao uso de mídias sociais e de sua intensidade por região, essa informação é dada pela tabela 20. Verificamos que, embora os parlamentares das regiões sul e sudeste usem com mais frequência as mídias sociais, essa distribuição não se dá de forma homogênea, nem eles usam necessariamente tais mídias com maior intensidade.

TABELA 20: USO DE MÍDIAS SOCIAIS PELOS PARLAMENTARES BRASILEIROS (POR REGIÃO, 2. SEM 2010)

| | COESTE | | NORDESTE | | NORTE | | SUDESTE | | SUL | | TOTAL | |
|------------------|---------------|-------|-----------------|-------|--------------|-------|----------------|-------|------------|-------|--------------|-------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| Mídias sociais | 37 | 69,8 | 105 | 58,7 | 44 | 51,8 | 140 | 73,7 | 68 | 78,2 | 394 | 66,3 |
| Twitter | 35 | 66,0 | 93 | 52,0 | 41 | 48,2 | 136 | 71,6 | 64 | 73,6 | 369 | 62,1 |
| Youtube | 24 | 45,3 | 50 | 27,9 | 15 | 17,6 | 60 | 31,6 | 32 | 36,8 | 181 | 30,5 |
| Canal do youtube | 19 | 35,8 | 48 | 26,8 | 11 | 12,9 | 53 | 27,9 | 32 | 36,8 | 163 | 27,4 |
| Facebkook | 20 | 37,7 | 44 | 24,6 | 21 | 24,7 | 64 | 33,7 | 20 | 23,0 | 169 | 28,5 |
| Orkut | 24 | 45,3 | 61 | 34,1 | 30 | 35,3 | 63 | 33,2 | 37 | 42,5 | 215 | 36,2 |
| Myspace | 3 | 5,7 | 3 | 1,7 | 1 | 1,2 | 13 | 6,8 | 2 | 2,3 | 22 | 3,7 |
| Sonico | 1 | 1,9 | 1 | ,6 | 0 | ,0 | 5 | 2,6 | 1 | 1,1 | 8 | 1,3 |
| Delicious | 0 | ,0 | 2 | 1,1 | 0 | ,0 | 1 | ,5 | 0 | ,0 | 3 | ,5 |
| Linkedin | 1 | 1,9 | 1 | ,6 | 1 | 1,2 | 4 | 2,1 | 2 | 2,3 | 9 | 1,5 |
| Flickr | 15 | 28,3 | 30 | 16,8 | 9 | 10,6 | 47 | 24,7 | 16 | 18,4 | 117 | 19,7 |
| TOTAL | 53 | 100,0 | 179 | 100,0 | 85 | 100,0 | 190 | 100,0 | 87 | 100,0 | 594 | 100,0 |

FONTE: elaboração própria

Como podemos observar pela tabela 20 existe uma maior intensidade de uso de youtube e Orkut entre os deputados e senadores da região centro-oeste, mostrando que nem todas as mídias sócias são usadas pelos parlamentares das regiões sul e sudeste com maior frequência. Por sua vez, continuam a ser observadas grandes disparidades entre as regiões, com parlamentares do norte e nordeste apresentando um padrão sempre mais “atrasado” de uso da internet em comparação com seus pares de outras regiões do país, o que nos permite falar de um “digital divide” no tocante ao uso da Web.

A intensidade de uso de mídias sociais é dada pela tabela 21:

TABELA 21: INTENSIDADE DO USO DAS MÍDIAS SOCIAIS PELOS PARLAMENTARES BRASILEIROS (TWITTER X REGIÃO)

| | COESTE | | NORDESTE | | NORTE | | SUDESTE | | SUL | | TOTAL | |
|--------------------------|--------|--------|----------|--------|-------|--------|---------|--------|-----|--------|-------|--------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| TWITTER/FOLLOWING | | | | | | | | | | | | |
| Sem twitter | 18 | 34,0 | 90 | 50,3 | 45 | 52,9 | 58 | 30,5 | 24 | 27,6 | 235 | 39,6 |
| Inativos: 0 a 50 | 2 | 3,8 | 22 | 12,3 | 10 | 11,8 | 29 | 15,3 | 14 | 16,1 | 77 | 13,0 |
| Pouco ativos: 50 a 100 | 3 | 5,7 | 4 | 2,2 | 5 | 5,9 | 21 | 11,1 | 2 | 2,3 | 35 | 5,9 |
| Ativos: 100 a 500 | 10 | 18,9 | 28 | 15,6 | 13 | 15,3 | 43 | 22,6 | 24 | 27,6 | 118 | 19,9 |
| Muito ativos: 500-1000 | 6 | 11,3 | 12 | 6,7 | 4 | 4,7 | 15 | 7,9 | 8 | 9,2 | 45 | 7,6 |
| Aficionados: + de 1000 | 14 | 26,4 | 23 | 12,8 | 8 | 9,4 | 24 | 12,6 | 15 | 17,2 | 84 | 14,1 |
| TWITTER/FOLLOWERS | | | | | | | | | | | | |
| Sem twitter | 18 | 34,0 | 88 | 49,2 | 46 | 54,1 | 58 | 30,5 | 24 | 27,6 | 234 | 39,4 |
| Inativos: 0 a 50 | 7 | 13,2 | 16 | 8,9 | 4 | 4,7 | 21 | 11,1 | 10 | 11,5 | 58 | 9,8 |
| Pouco ativos: 50 a 100 | 0 | ,0 | 5 | 2,8 | 2 | 2,4 | 8 | 4,2 | 1 | 1,1 | 16 | 2,7 |
| Ativos: 100 a 500 | 2 | 3,8 | 19 | 10,6 | 14 | 16,5 | 33 | 17,4 | 12 | 13,8 | 80 | 13,5 |
| Muito ativos: 500-1000 | 6 | 11,3 | 15 | 8,4 | 8 | 9,4 | 21 | 11,1 | 12 | 13,8 | 62 | 10,4 |
| Aficionados: + de 1000 | 20 | 37,7 | 36 | 20,1 | 11 | 12,9 | 49 | 25,8 | 28 | 32,2 | 144 | 24,2 |
| N/TWITTERS | | | | | | | | | | | | |
| Sem twitter | 18 | 34,0 | 88 | 49,2 | 44 | 51,8 | 56 | 29,5 | 23 | 26,4 | 229 | 38,6 |
| Inativos: 0 a 50 | 5 | 9,4 | 11 | 6,1 | 3 | 3,5 | 10 | 5,3 | 9 | 10,3 | 38 | 6,4 |
| Pouco ativos: 50 a 100 | 0 | ,0 | 0 | ,0 | 2 | 2,4 | 1 | ,5 | 1 | 1,1 | 4 | ,7 |
| Ativos: 100 a 500 | 4 | 7,5 | 14 | 7,8 | 10 | 11,8 | 35 | 18,4 | 8 | 9,2 | 71 | 12,0 |
| Muito ativos: 500-1000 | 5 | 9,4 | 17 | 9,5 | 8 | 9,4 | 22 | 11,6 | 9 | 10,3 | 61 | 10,3 |
| Aficionados: + de 1000 | 21 | 39,6 | 49 | 27,4 | 18 | 21,2 | 66 | 34,7 | 37 | 42,5 | 191 | 32,2 |
| TOTAL | 53 | 100,0% | 179 | 100,0% | 85 | 100,0% | 190 | 100,0% | 87 | 100,0% | 594 | 100,0% |

FONTE: Elaboração própria

Como observado, os parlamentares da região centro-oeste utilizam as mídias sociais com uma intensidade bem superior as outras regiões, um fenômeno curioso e para o qual não temos explicação ou hipótese plausível, havendo a necessidade de uma investigação mais profunda.

4.3. PERFIL SOCIOPOLÍTICO DE USO DA WEB PELOS DEPUTADOS E SENADORES BRASILEIROS

Por fim, resta-nos analisar a última dimensão de nosso estudo que é a relação entre o perfil sociopolítico dos parlamentares e o uso da internet. Essas informações nos são dadas pelas três tabelas seguintes onde cruzamos os dados de uso da internet (websites, mídias sociais e twitter), com variáveis de perfil social, trajetória política e recursos políticos. Devemos lembrar que devido a limitação das fontes sobre perfil dos parlamentares norte-americanos, somente houve a possibilidade da determinação do caso brasileiro.

TABELA 22: PERFIL SOCIOPOLITICO DOS PARLAMENTARES BRASILEIROS E USO DA INTERNET

| | <i>tem website</i> | | <i>mídias sociais</i> | | <i>twitter</i> | | <i>Total</i> | |
|---------------------------------|--------------------|--------|-----------------------|-------|----------------|-------|--------------|--------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| Sexo | | | | | | | | |
| Masculino | 455 | 84,4% | 350 | 64,9% | 327 | 60,7% | 539 | 90,7% |
| Feminino | 50 | 90,9% | 44 | 80,0% | 42 | 76,4% | 55 | 9,3% |
| Faixa Etária | | | | | | | | |
| Sem informação/outros | 6 | 66,7% | 6 | 66,7% | 5 | 55,6% | 9 | 1,5% |
| Menos de 30 | 5 | 100,0% | 3 | 60,0% | 3 | 60,0% | 5 | ,8% |
| Entre 30 e 40 | 40 | 87,0% | 37 | 80,4% | 36 | 78,3% | 46 | 7,7% |
| Entre 40 e 50 | 110 | 93,2% | 88 | 74,6% | 84 | 71,2% | 118 | 19,9% |
| Entre 50 e 60 | 187 | 84,6% | 148 | 67,0% | 138 | 62,4% | 221 | 37,2% |
| Mais de 60 | 157 | 80,5% | 112 | 57,4% | 103 | 52,8% | 195 | 32,8% |
| Ensino Superior Completo | | | | | | | | |
| Não | 85 | 75,2% | 63 | 55,8% | 60 | 53,1% | 113 | 19,0% |
| Sim | 420 | 87,3% | 331 | 68,8% | 309 | 64,2% | 481 | 81,0% |
| Atividades profissionais | | | | | | | | |
| Sem informação/outros | 13 | 72,2% | 11 | 61,1% | 11 | 61,1% | 18 | 3,0% |
| Empresários/proprietários | 73 | 73,7% | 55 | 55,6% | 52 | 52,5% | 99 | 16,7% |
| Profissionais liberais | 206 | 85,8% | 160 | 66,7% | 144 | 60,0% | 240 | 40,4% |
| Alta classe média/privado | 45 | 80,4% | 37 | 66,1% | 35 | 62,5% | 56 | 9,4% |
| Alta classe média/público | 38 | 92,7% | 34 | 82,9% | 31 | 75,6% | 41 | 6,9% |
| Classe média menor escolar// | 115 | 93,5% | 86 | 69,9% | 86 | 69,9% | 123 | 20,7% |
| Pequenos proprietários | 7 | 100,0% | 3 | 42,9% | 2 | 28,6% | 7 | 1,2% |
| Trabalhadores manuais | 8 | 80,0% | 8 | 80,0% | 8 | 80,0% | 10 | 1,7% |
| Total | 505 | 85,0% | 394 | 66,3% | 369 | 62,1% | 594 | 100,0% |
| | 505 | 85,0% | 394 | 66,3% | 369 | 62,1% | 594 | 100,0% |

FONTE: Elaboração própria

Pelos dados da tabela 22, as parlamentares do sexo feminino fazem uso da internet em 90,9% dos casos analisados, enquanto que os parlamentares do sexo masculino em 84,4%. Esses números demonstram que os homens estão muito mais presentes entre os web excluídos que as mulheres. Mesmo fato ocorre no uso das redes sociais, já que 80% das parlamentares do sexo feminino fazem uso de algum tipo de plataforma das redes sociais. Tal fato foi explicado por Cardoso e Morgado (2009), que afirmam que as mulheres observam a internet como uma forma de encorajamento real das massas frente à democracia, por esse motivo, as parlamentares, tendem a fazer um uso mais efetivo das NTIC's, como efetivamente foi comprovado pelos percentuais alcançados.

A tabela 22 demonstra que a variável de perfil que mais incide positivamente sobre o uso da internet é a escolaridade. Os políticos com maior instrução são os que mais usam a internet para se comunicar, interagir ou informar o eleitor. Os parlamentares com curso superior e websites são 87,3% do total. Enquanto que os parlamentares que não curso superior são 75.2%. Com referência nesses

percentuais, podemos afirmar que a inferência escolaridade demonstra-se significativa frente ao uso dos meios virtuais pelos políticos brasileiros.

Além disso, a tabela 22 demonstra relativa relação entre uso da internet e o pertencimento a determinadas categorias profissionais, tais como classe média do setor público e de menor escolaridade.

No tocante a trajetória política, os dados estão resumidos na tabela 23.

TABELA 23: PERFIL SOCIOPOLITICO DOS PARLAMENTARES BRASILEIROS E USO DA INTERNET

| | TEM WEBSITE | | MÍDIAS SOCIAIS | | TWITTER | | TOTAL | |
|------------------------------------|-------------|-------|----------------|-------|---------|-------|-------|--------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| Período de entrada | | | | | | | | |
| S/i | 12 | 70,6% | 12 | 70,6% | 10 | 58,8% | 17 | 2,9% |
| Entre 1945 e 1964 | 23 | 82,1% | 16 | 57,1% | 16 | 57,1% | 28 | 4,7% |
| Entre 1964 e 1985 | 140 | 87,0% | 105 | 65,2% | 94 | 58,4% | 161 | 27,1% |
| Entre 1985 e 1989 | 96 | 80,7% | 73 | 61,3% | 69 | 58,0% | 119 | 20,0% |
| Entre 1989 e 2000 | 173 | 88,3% | 137 | 69,9% | 131 | 66,8% | 196 | 33,0% |
| Após o ano 2000 | 61 | 83,6% | 51 | 69,9% | 49 | 67,1% | 73 | 12,3% |
| Ocupou cargo legislativo | | | | | | | | |
| Não | 77 | 89,5% | 61 | 70,9% | 58 | 67,4% | 86 | 14,5% |
| Sim | 428 | 84,3% | 333 | 65,6% | 311 | 61,2% | 508 | 85,5% |
| Cargo administrativo? | | | | | | | | |
| Não | 168 | 86,2% | 133 | 68,2% | 124 | 63,6% | 195 | 32,8% |
| Sim | 337 | 84,5% | 261 | 65,4% | 245 | 61,4% | 399 | 67,2% |
| Vínculos com mov. Associat. | | | | | | | | |
| Não | 209 | 82,0% | 158 | 62,0% | 150 | 58,8% | 255 | 42,9% |
| Sim | 296 | 87,3% | 236 | 69,6% | 219 | 64,6% | 339 | 57,1% |
| | 505 | 85,0% | 394 | 66,3% | 369 | 62,1% | 594 | 100,0% |

FONTE: Elaboração própria

Podemos verificar que parlamentares que entraram mais recentemente na política, e que por consequência possuem menos experiência, são os parlamentares que possuem vínculos mais fortes com movimentos associativos, e tendem a usar com maior frequência a internet. Esses números poderiam nos levar a uma série de conclusões, dentre elas a de que os parlamentares com menor experiência política veem na internet uma forma de pontuar sua atuação, e responder seu eleitorado em busca de um desempenho melhor nas eleições. Há de se lembrar que a internet é um ambiente de contato e informação mais democrático, barato e livre de qualquer restrição, diferentemente dos meios de comunicação tradicionais. Talvez essa variável seja a plena demonstração de que a internet abre espaço para setores que ficariam fora ou marginalizados dos meios de comunicação, assim como identifica Ward e Lusoli (2005) no estudo sobre o parlamento britânico.

Por fim, a última variável para a qual efetuaremos um cruzamento é a variável “recursos políticos”, dada pela tabela 24.

TABELA 24: PERFIL SOCIOPOLÍTICO DOS PARLAMENTARES BRASILEIROS E USO DA INTERNET

| | <i>tem website</i> | | <i>mídias sociais</i> | | <i>twitter</i> | | <i>Total</i> | |
|---|--------------------|-------|-----------------------|-------|----------------|-------|--------------|--------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| VALOR MÁXIMO/GASTOS | | | | | | | | |
| Sem informação | 57 | 98,3% | 43 | 74,1% | 39 | 67,2% | 58 | 9,8% |
| Baixo gasto | 42 | 85,7% | 29 | 59,2% | 24 | 49,0% | 49 | 8,2% |
| Médio gasto | 128 | 82,6% | 103 | 66,5% | 97 | 62,6% | 155 | 26,1% |
| Alto gasto | 277 | 83,7% | 219 | 66,2% | 209 | 63,1% | 331 | 55,7% |
| PATRIMONIO | | | | | | | | |
| Sem informação | 61 | 98,4% | 46 | 74,2% | 42 | 67,7% | 62 | 10,4% |
| Baixo patrimônio: até 100.000 | 63 | 82,9% | 49 | 64,5% | 48 | 63,2% | 76 | 12,8% |
| Médio Patrimônio: entre 100 e 500,000 mil | 249 | 86,5% | 199 | 69,1% | 183 | 63,5% | 288 | 48,5% |
| Alto patrimônio: mais de 1 milhão | 132 | 78,6% | 100 | 59,5% | 96 | 57,1% | 168 | 28,3% |
| TOTAL | 505 | 85,0% | 394 | 66,3% | 369 | 62,1% | 594 | 100,0% |

FONTE: Elaboração própria

Podemos observar que não existe relação direta entre gasto de campanha e uso de websites, mas existe em relação ao uso de mídias sociais e twitter, o que pode ser um indício de que parlamentares com maiores recursos políticos possuem melhores sites, num estágio “pós-Web” e distribuidores de conteúdo pelas mídias sociais. Entretanto, a mesma associação não se dá no tocante ao patrimônio, pois não há nenhuma relação direta entre patrimônio individual dos parlamentares analisados e o uso das ferramentas digitais.

4.4 CONCLUSÃO

Como conclusão podemos observar um padrão destoante entre as democracias e elites analisadas, observamos um nível de fragmentação partidária maior na democracia brasileira, assim como um alto nível de diversificação das elites, com padrões muito diferentes no que se refere aos perfis sociais e trajetórias. No caso americano visualizamos uma elite mais coesa, começando pela noção de divisão partidária que é bipartida e bem definida, nos quesitos de perfil social e trajetória política não conseguimos observamos um padrão, já que nossas fontes não permitiram.

No que se refere a relação entre perfil socioeconômico, político e uso da internet, podemos concluir que as variáveis: partido político, ideologia, interferem na frequência de uso dos websites entre os parlamentares de esquerda no caso brasileiro (PT), e no caso americano entre os parlamentares de direita (Partido Democrata). Dessa forma, poderíamos dizer que o “Ciberpolítico”²⁸ brasileiro: (Cardoso & Morgado, 2007) são parlamentares de partidos tais como PT e ppe, de espectro ideológico de esquerda, com idade entre 50-60 anos, situados em região sudeste, sul e centro oeste do país, com curso superior e ligado a profissões qualificadas. No caso dos EUA, diante da falta de uma série de fontes sobre perfil dos parlamentares, não podemos identificar qual a característica do “Ciberpolítico” americano.

²⁸ Fazendo referência direta ao “ciberdeputado”, conceito utilizado por Cardoso e Morgado (2007).

5. CONCLUSÕES GERAIS

Como forma de fechamento deste trabalho, podemos concluir que a disponibilidade de informações dos websites institucionais das casas legislativas estudadas é discrepante, com destaque para o website do Senado Federal Brasileiro e o website da Câmara dos Deputados, que disponibilizam uma série de informações relevantes sobre a atuação de seus componentes, em comparação as casas legislativas dos EUA que relegam a manifestação dessas informações aos sites pessoais de cada um dos parlamentares, fazendo com que uma série de informações importantes para a população não sejam disponibilizadas. Isso demonstra que os níveis de transparência e accountability dos sites institucionais brasileiros são muito significativos em referência aos níveis mais baixos do site da House of Representatives e do U.S. Senate.

No que tange a análise dos perfis de recrutamento das elites, pudemos observar que a internet tem se tornado uma fonte significativa para os estudos de recrutamento, já que através dela pudemos definir, mesmo que de maneira superficial, a forma com a qual as elites estão dispostas nos países analisados. Apesar de termos identificado um déficit de informações sobre perfil e trajetória das elites americanas, ainda assim, conseguimos visualizar algumas características importantes sobre seu posicionamento comportamental, ideológico e partidário, que acabaram sendo muito importantes para a pesquisa. Concluimos que o aprofundamento das análises sobre o perfil das elites americanas somente poderá ocorrer se fizermos uso de fontes auxiliares, como: dicionários biográficos ou bancos de dados de privilegiem estudos sobre o perfil de suas elites.

No que se refere ao uso da internet, foi identificada uma reduzida quantidade de meios de interação e participação, entre representantes e representados. No Brasil pudemos identificar que os websites parlamentares ainda estão voltados a simples evidenciação da figura do político e de suas realizações (outdoor personalizado), apesar de experiências bem sucedidas no uso da web 2.0. Já no caso americano pudemos identificar um padrão mais evoluído do uso da web pelos parlamentares, tanto é que os sites web 2.0 são a maioria e as ferramentas de interação, mobilização e comunicação são mais privilegiadas. Evidenciamos

também, que a utilização de mecanismos de Redes Sociais são recorrentes, entretanto as formas de manipulação e utilização dessas ferramentas se demonstraram pouco interativas, em ambos os países analisados.

Por fim, as conclusões parciais demonstram que existe a necessidade do aprofundamento das formas de avaliação do uso da web pelas elites políticas, principalmente no que se refere as formas de accountability e monitoramento, o que por si só geraria um aumento da eficiência e da transparência das atividades desenvolvidas pelos parlamentos. Além disso, existe a necessidade de uma ampliação dos meios e espaços de participação e interação dos eleitores com seus eleitos, a fim de criar uma democracia em que uso dos meios virtuais se torne uma ferramenta de inclusão dos agentes no meio político.

Como forma de conclusão geral do trabalho, podemos afirmar que estamos vivendo uma verdadeira revolução nas formas de comunicação, interação e mobilização das massas. As NTIC's vem inserir no meio social, e em especial no meio político, formas muito mais modernas, dinâmicas e participativas de se fazer política. Isso ficou demonstrado pela análise dos dados sobre as Casas Legislativas e dos próprios websites parlamentares, onde identificamos um nível de disponibilidade de informações, sobre os políticos e suas atuações, relativamente alto. Pudemos observar também, que uso da internet pelas elites ainda está em evolução, e que tal processo vem gerando efeitos visíveis na sociedade, entretanto, as NTIC's não tem o condão de alterar a ordem vigente, mas tão somente de fomentar os processos democráticos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALLAN, R.. Parliament, Elected Representatives and Technology 1997–2005—Good in Parts?. In: Parliamentary Affairs Vol. 59, No. 2, p. 360–365, 2006.

ANASTASIA, Fátima. ; CORREA, I. ; NUNES, F.. Caminhos, Veredas e Atalhos: Legislativos Estaduais e Trajetórias Políticas. In: Rachel Meneguello. (Org.). Percepções públicas sobre o parlamento brasileiro: dados dos últimos 50 anos. 2005.

ANASTASIA, F., RANULFO, M., C., SANTOS, F.. Governabilidade e representação política na América do Sul. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer; São Paulo: Fundação Unesp, 2004.

BEETHAM, D.. Parliament and democracy in the twenty-first century: a guide to good practice. Geneva, Switzerland: Inter-Parliamentary Union, 2006.

BRAGA, S. (2007a). *O papel das TICs na institucionalização das democracias; um estudo sobre a informatização dos órgãos legislativos na América do Sul com destaque para o Brasil*. Brasília: Plenarium/CEDI, 2007. Disponível em: http://www2.camara.gov.br/internet/eve/realizados/portal_seminario2007/material.html. Acesso em: 25 de abril de 2007.

BRAGA, S. S. (2007b). Podem as novas tecnologias de informação e comunicação auxiliar na consolidação das democracias? Um estudo sobre a informatização dos órgãos legislativos na América do Sul. *Opinião Pública*, Campinas, v. 13, n. 1, p. 1-50, jun. Disponível em: www.scielo.br.

BRAGA, Sérgio. ; NICOLAS, M. A.. Prosopografia a partir da Web: avaliando fontes para o estudo das elites parlamentares brasileiras na internet. In: 31º Encontro Anual da ANPOCS, 2007, Caxambu. Anais Eletrônicos do 31º Encontro Anual da Anpocs. São Paulo : Anpocs, 2008.

BLANCHARD, G. O uso da internet a serviço da comunicação do partido. In: Líbero, São Paulo, n. 18, p. 9-17, dez. 2006.

BRAGA, S. O papel das TICs na institucionalização das democracias : um estudo sobre a informatização dos órgãos legislativos na América do Sul com destaque para o Brasil. Brasília. 2007.

BRAGA, Sérgio ; CRUZ, Letícia Carina ; FRANÇA, Andressa Silvério Terra . Como os políticos brasileiros estão usando a internet para se comunicar e interagir com o eleitor? Um estudo sobre o uso da internet pelos parlamentares às eleições de outubro de 2006 na região Sul do Brasil. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/1692/1435>. Política & Sociedade, v. 6, p. 219-242, 2007.

BRAGA, Sérgio. ; MIRIADE, A.; FRANÇA, Andressa Silvério Terra. Os políticos brasileiros e a internet; um estudo sobre o uso da internet pelos parlamentares às eleições de outubro de 2006 na região Sul do Brasil. Disponível em:

http://www.tse.jus.br/servicos_online/catalogo_publicacoes/pdf/estudos_eleitorais/estudos_eleitorais-v3-n1.pdf]. Estudos Eleitorais, v. 3, p. 27-46, 2008.

BRAGA, Sérgio. ; NICOLAS, M. A. ; BECHER, A. . Clientelismo, internet e voto: a campanha nos websites dos parlamentares a vereador no Brasil Meridional no pleito de outubro de 2008. Disponível em: http://sec.adtevento.com.br/anpocs/inscricao/resumos/0001/TC0631_.pdf. In: 33º Encontro Nacional da Anpocs., 2009, Caxambu-MG. Anais do 33º Encontro Nacional da Anpocs. São Paulo : Anpocs, 2009.

BRAGA, Sérgio, MARCELINO, D.; COSTA, L. D. Parlamentares na Constituinte de 1987/88: uma contribuição à solução do "enigma do centrão". Política Hoje (UFPE. Impresso) v. 18, p. 239-279, 2010.

BRAGA, Sérgio. . Podemos ter um(a) nov@ Obama? Perspectivas do uso da Web no próximo pleito eleitoral brasileiro (disponível em: <http://www.opiniaopublica.ufmg.br/emdebate/braga8.pdf>). Em Debate, v. 2, p. 10-18, 2010.

BOTTOMORE, T.B. As elites e a sociedade. Rio de Janeiro: Editores Zahar, 1965.

BOBBIO, Norberto, Dicionário de Política, Editora Universidade de Brasília, 13^a, 2000, Vol. 2.

CASTELLS, M. A galáxia internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro : Zahar. 2003.

CARDOSO, G. & MORGADO, A. A comunicação política na sociedade da informação : elites parlamentares e internet. Lisboa: s/n. 2003. Disponível em: http://iscte.pt/~galc/Texto_6.pdf. Acesso em: 02.setembro.2009.

CODATO, Adriano. A formação do campo político profissional no Brasil: uma hipótese a partir do caso de São Paulo. Revista de Sociologia e Política, v. 30, p. 89-105, 2008.

CUNHA, M. A. V. C. DA. Meios eletrônicos e transparência: a interação do vereador brasileiro com o cidadão e o poder executivo. Santiago de Chile: Digitado, 25 p. Paper apresentado no X Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, 18-21 Oct. 2005.

DADER, J. L. Ciberdemocracia y ciberparlamento. El uso de correo electrónico entre los parlamentarios españoles y ciudadanos comunes (1999-2001). Telos, Madrid?, n. 55, 2003 <http://www.campusred.net/telos/articuloexperiencia.asp?idarticulo=1&rev=55>. Acesso em: agosto de 2007.

EISENBERG, J. . Internet, Democracia e República. Dados, Rio de Janeiro, v. 46, n. 03, p. 491-511, 2003.

FELISBINO, Riberti de Almeida. A corrida eleitoral de 2008: vencedores e perdedores nas disputas para Prefeitura das capitais brasileiras. In: 33º Encontro Anual da Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais. São Paulo: Anpocs, 2009.

FERBER P., FOLTZ F., and PUGLIESE R. Cyberdemocracy and Online Politics: A New Model of Interactivity Bulletin of Science Technology Society, October 1, 2007; 27(5): 391 - 400.

GÓES RICKEN, F. A. O uso da internet pelos deputados federais do sul do Brasil. In: I Fórum brasileiro de Pós-Graduação em Ciência Política, 2009, Belo Horizonte. I Fórum brasileiro de Pós-Graduação em Ciência Política, 2009.

GOMES, W. S.. Internet e participação política. In: GOMES, W.; MAIA, R.C.M.. (Org.). Comunicação e Democracia: Problemas & Perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008, v. , p. 293-326.

GOMES, W. S.; Fernandes, Breno ; Reis, Lucas ; Silva, Tarcizio . "Politics 2.0": a campanha online de Barack Obama em 2008. Revista de Sociologia e Política (UFPR. Impresso), v. 17, p. 29-45, 2009.

GRYNSZPAN, M.. A Teoria das Elites e Sua Genealogia Consagrada. BIB, REVISTA BRASILEIRA DE INFORMACAO EM CIENCIAS SOCIAIS, RIO DE JANEIRO, n. 41, p. 35-83, 1996.

JACKSON Nigel A; LILLEKER Darren G. Building an Architecture of Participation? Political Parties and Web 2.0 in Britain Journal of Information Technology & Politics, 1933-169X, Volume 6, Issue 3, 2009, Pages 232 – 250

HEINZ, F. M. Por outra história das Elites. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

KELLER, S.. O destino das Elites. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1967.

KINZO, M. D. G. (1989), O quadro partidário e a constituinte. Revista Brasileira de Ciência Política, Brasília, v. 1, n. 1, p. 91-123, mar.

LESTON-BANDEIRA, C.. The Impact of the Internet on Parliaments: a Legislative Studies Framework. In: Parliamentary Affairs Vol. 60 No. 4, 2007.

LESTON-BANDEIRA, C.. Are ICTs Changing Parliamentary Activity in the Portuguese Parliament? In: The Journal of Legislative Studies, London, v. 13, n. 3, p. 403-421, sept. 2007.

LESTON-BANDEIRA, C., WARD, S.. Parliaments in the Digital Age. Oxford: The British Academy, 2008. 51 p. Oxford Internet Institute, Forum Discussion Report 13, January 2008.

LUSOLI, W., WARD, S., GIBSON, R.. (Re)connecting Politics? Parliament, the Public and the Internet. In: Parliamentary Affairs Vol. 59 No. 1, p. 24-42, 2006.

MAINWARING, S.; SHUGART, M. Juan Linz, presidencialismo e democracia: uma avaliação crítica. Novos Estudos Cebrap, São Paulo, n. 37, nov. 1993. http://www.cebrap.org.br/imagens/Arquivos/juan_linz_presidencialismo.pdf

MADEIRA, R. M. (2006), A atuação de ex-arenistas e ex-emedebistas na Constituinte: histórico partidário e atuação em algumas das principais votações em plenário. Belo Horizonte: ABCP/Associação Brasileira de Ciência Política, 2006. 20 p. Paper apresentado no 5º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política.

MARENCO DOS SANTOS, André. Nas fronteiras do campo político: raposas e outsiders no Congresso Nacional. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 33, p. 87-101, 1997.

MARENCO DOS SANTOS, André. Não se fazem mais oligarquias como antigamente: recrutamento parlamentar, experiência política e vínculos partidários entre deputados brasileiros (1946-1998). Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política. Porto Alegre, UFRGS, 2000

_____. Comparando Legislativos: Recrutamento Parlamentar na Argentina, no Brasil, no Chile e no México. Teoria & Sociedade (UFMG), Belo Horizonte, v. 11, n. 2, p. 42-69, 2004.

MARQUES, F. P. J. Níveis de participação dos cidadãos na internet : um exame dos websites de senadores brasileiros e norte-americanos. Trabalho apresentado no XVI Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação. 2007.

_____. Participação política e internet: meios e oportunidades digitais de participação civil na democracia contemporânea, com um estudo do caso brasileiro. Salvador, BA. Tese de Doutorado. Universidade Federal da Bahia, 498 p., 2008.

_____. Internet, canais de participação e efeitos políticos: um estudo do Portal da Câmara. Revista Fronteiras - estudos midiáticos, v. 12 nº 2 - maio/agosto 2010.

_____. "Muro baixo, o povo pula": iniciativas institucionais de participação digital e seus desafios fundamentais. **Opin. Publica**, Campinas, v. 16, n. 1, June 2010. Available from http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-2762010000100005&lng=en&nrm=iso. access on 04 June 2011. doi: 10.1590/S0104-62762010000100005.

MARQUES, F.; MIOLA, E. 2007. Internet e parlamento: um estudo dos mecanismos de participação oferecidos pelo Poder Legislativo através de ferramentas online. *E-Compós*, 9:1-20.

MESSEMBERG, Débora. A elite parlamentar brasileira: um recorte sociocultural. *Rev. Sociol. Polít.* [online]. 2008, vol.16, n.30 [cited 2010-08-02], pp. 17-28 .

MICHELS, Robert. A Sociologia dos partidos políticos. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982.

MILLS, C. Wright. A elite do poder. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1981.

NICOLAU, J.. Como Controlar o Representante? Considerações sobre as Eleições para a Câmara dos Deputados no Brasil. In: DADOS, Rio de Janeiro, Vol. 45, nº 2, pp. 219 a 236, 2002.

NORRIS, P. (2001). *Digital divide; Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.

NORRIS, P. *Democratic Divide? The impact of the internet on Parliaments Worldwide*. Harvard University: John Kennedy School of Government, 2000. Paper apresentado no Congresso da APSA e disponível no site da autora: <http://ksghome.harvard.edu/~pnorris/acrobat/apsa2000demdiv.pdf> (acesso em 10 abr. 2006)..

O'DONNELL, G. Democracia delegativa? *Novos Estudos Cebrap*, São Paulo, n. 31, p. 25-40, out. 1991.

OLIVEIRA, L. H. H.. Presidencialismos em Perspectiva Comparada. In: *Dados*. Rio de Janeiro, v. 49, p. 301-343, 2006.

POSTER, M. Cyberdemocracy: internet and the public sphere. In: PORTER, D. (ed.). *Internet culture*. New York: Routledge, 1997, p. 201-218

NICOLÁS, María Alejandra. Internet e política: perfil sociopolítico e uso da internet pelas elites parlamentares da América do Sul. 2009. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Paraná.

NORRIS, Pipa. 2001. *The digital divide*. Cambridge: Cambridge University Press
NORRIS, Pippa. *Democratic Divide? The impact of the Internet on Parliaments Worldwide*. Harvard University: John Kennedy School of Government, 2000.

_____. *Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge : Cambridge University. 2001.

PARETO, Vilfredo. *The mind and society: a treatise on general sociology*. New York: Harcourt, Brace and Company, 1935. 4v.

_____. *Sociologia*. São Paulo: Ática, (Coleção Grandes Cientistas Sociais). 1984.

PERISSINOTTO, Renato M.; COSTA, L. D. ; TRIBESS, Camila . Origem social dos parlamentares paranaenses (1995-2006): alguns achados e algumas questões de pesquisa. *Sociologias (UFRGS)*, v. 22, p. 280-313, 2009.

PERISSINOTTO, Renato M.; MIRIADE, A.. Caminhos para o Parlamento: partidos e recrutamento político nas eleições de 2006. In: 32 Encontro da Associação Nacional

de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2008, Caxambu. Anais do 32 Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2008.

PERISSINOTTO, Renato Monseff; COSTA, Luiz Domingos. O perfil dos parlamentares paranaenses: gênero, religião e classe (1995-2002). In: Renato Monseff Perissinotto; Adriano Nervo Codato; Mario Fuks; Sérgio Soares Braga. (Org.). *Guem Governa? Um estudo das elites políticas no Paraná*. Curitiba: Editora da UFPR, 2007,

PERISSINOTTO, Renato M. (Org.); CODATO, Adriano Nervo (Org.); FUKS, M. (Org.); BRAGA, Sérgio Soares (Org.). *Quem governa? Um estudo das elites políticas do Paraná*. Curitiba: Editora da UFPR, 2007. v. 1.

PERISSINOTTO, Renato M.; CODATO, Adriano Nervo . Conclusão: o perfil da elite e o papel das instituições. In: Perissinotto, Renato M.; Codato, Adriano N.; Fuks, Mario; Braga, Sérgio. (Org.). *Quem governa? Um Estudo das elites políticas do Paraná..* Curitiba: Editora da UFPR, 2007, v. 1, p. 331-340

PERISSINOTTO, R. M. ; TRIBESS, C. . Os Deputados Federais Paranaenses: uma análise do perfil parlamentar entre 1946 e 2006. In: VI Encontro Internacional do Fórum Universitário do Mercosul - FOMERCO, 2007, Aracaju/SE. VI Encontro Internacional do FOMERCO - Os novos rumos do MERCOSUL. Aracaju/SE : UFS, 2007.

PERISSINOTTO, Renato M. *As elites políticas: questões de teoria e método*. Curitiba: Editora Ibepe, 2009. v. 1. 227 p.

RECUERO, R.. *Redes Sociais na internet*. 1ªed. Porto Alegre: Editora Meridional, 2009.

RODRIGUES, L. M.. *Partidos Políticos, Ideologia e Composição Social*. 1. ed. S. Paulo: Editora da Universidade de S. Paulo (EDUSP), 2002.

RODRIGUES, L. M. *Mudanças na Classe Política Brasileira*. 1. ed. São Paulo: Publifolha, 2006.

ROY, D.. *Parliaments in the Digital Age: The Case of the French Senate's Website*. In: *The workshop Parliaments in the Digital Age*. UK: 2007. Anais... UK: Oxford Internet Institute, Forum Discussion Report 13.

SANTOS, A. M. (2006). Comparing houses of representatives: parliamentary recruitment in Argentina, Brazil, Chile and Mexico. *Teoria e Sociedade*, Belo Horizonte, v. 2. Disponível em:

SETALA, M., GRONLUND, K.. *Parliamentary websites: Theoretical and comparative perspectives*. In: *Information Polity* 11, 149–162, 2006.

SILVA, S. P. Graus de participação democrática no uso da internet pelos governos das capitais brasileiras. In: *Opinião Pública*, Campinas, v. XI, n. 2, p. 450-468, outubro de 2005.

STONE, Lawrence. "Prosopography", *Daedalus* 100.1, pp 46-71. 1971.

WARD, S., LUSOLI, W.. From Weird to Wired': Parlamentares, the Internet and Representative Politics in the UK. In: *The Journal of Legislative Studies*, Vol.11, No.1, pp.57–81, 2005.

WARD, S.; LUSOLI, W.. From Weird to Wired': Parlamentares, the Internet and Representative Politics in the UK. In: *The Journal of Legislative Studies*, Vol.11, No.1, pp.57–81, 2005.

WARD, S., VEDEL, T.. Introduction: The Potential of the Internet Revisited. *Parliamentary Affairs* Vol. 59 No. 2, 2006.

WILLIAMSON, Andy. (2009). MPs online; connecting with constituents. A study into how MPs use digital media to communicate with their constituents. London: Microsoft/Hansard Society.

ZITTEL, T.. Political Representation in the Networked Society: The Americanization of European Systems of Responsible Party Government?. In: *Journal for Legislative Studies*, 9: 1–22, 2003.

ZITTEL, T.. Parliaments in the Digital Age: Parliaments and the Internet: A Perspective on the State of Research. In: *The workshop Parliaments in the Digital Age*. UK: 2007. Anais... UK: Oxford Internet Institute, Forum Discussion Report 13.

Anexo 1: Modelo de ficha prosopográfica das elites parlamentares

MODELO DE PERFIL PARLAMENTAR

FOTO DO
PARLAMENTAR

Nome completo:
Nome parlamentar:
Partido:
Gabinete:
Fone:
Email:
Website pessoal:

Nascimento:
Local de nascimento:
Estado Civil:
Profissões:
Filiação:
Escolaridade dos pais:
Profissão dos pais:
Estudos e Graus Universitários:
Atividades Profissionais:
Religião:

Forma de entrada na política:
Trajetória Política:
Legislaturas:
Filiações Partidárias:
Cargos executivos e administrativos ocupados:
Atividades Parlamentares na atual legislatura:

Vínculos com associações civis e políticas:
Atividade intelectual:

Total de votos:
Soma de receitas declaradas:
Soma das despesas declaradas:
Soma dos bens declarados: